
BACHELORARBEIT

Andreas Weiand

**„Napoleon“ - Der nie gedrehte Film von
Stanley Kubrick**

**Oder nach welchen objektiven Kriterien wird
Publikumserfolg vorhergesagt?**

2013

BACHELORARBEIT

„Napoleon“ - Der nie gedrehte Film von Stanley Kubrick

**Oder nach welchen objektiven Kriterien wird
Publikumserfolg vorhergesagt?**

Autor:
Andreas Weiland

Studiengang:
Film und Fernsehen

Seminargruppe:
FF08w1-B

Erstprüfer:
Prof. Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Dr. Walther Ziegler

Einreichung:
München, 23.07.2013

BACHELOR THESIS

**„Napoleon“ - The never made motion
picture of Stanley Kubrick**

**Or after which objective criteria audience suc-
cess is beeing predicted?**

author:
Mr Andreas Weiland

course of studies:
Film and TV

seminar group:
FF08w1-B

first examiner:
Prof. Peter Gottschalk

second examiner:
Dr. Walther Ziegler

submission:
Munich, 23.07.2013

Bibliografische Angaben:

Weiland, Andreas:

„Napoleon“ - Der nie gedrehte Film von Stanley Kubrick

Nach welchen objektiven Kriterien wird Publikumserfolg vorhergesagt?

„Napoleon“ - The never made motion picture of Stanley Kubrick

Or after which objective criteria audience success is being predicted?

2013 - 78 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

Abstract

Die nachfolgende Arbeit beschäftigt sich mit dem Filmemacher Stanley Kubrick, seinem nie realisierten Historien-Film „Napoleon“, der die von ihm akribisch genau recherchierte Lebensgeschichte von Napoléon Bonaparte erzählt, und wie weit die Möglichkeit besteht den finanziellen- und den hiermit einhergehenden Publikumserfolg eines Filmes vorher zu sagen.

Das Leben und Wirken von Stanley Kubrick, sowie seine nie realisierten Projekte „Aryan Papers“, „Artificial Intelligence: A.I.“ und „Napoleon“ werden in die Abhandlung mit einbezogen. Bei dieser Analyse steht das Fallbeispiel „Napoleon“ im Mittelpunkt, sowie auch die allgemeine Sicht der Filmstudios in Hollywood und die der Banken in Amerika, in Hinsicht auf die Realisierung von Filmprojekten. Hierbei werden verschiedene Finanzierungsmodelle, sowie Auswertungsplattformen aufgezeigt.

Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	IX
Tabellenverzeichnis.....	X
1 Einleitung.....	1
2 Stanley Kubrick.....	5
2.1 Seine Bio- und Filmographie.....	6
2.1.1 Langspielfilme aus Originalskripten 1953 – 1955.....	10
2.1.1.1 „Fear and Desire“ (1953)	10
2.1.1.2 „Killer's Kiss“ (1955).....	11
2.1.2 Langspielfilme aus Literaturadaptionen 1956 – 1963.....	11
2.1.2.1 „The Killing“ (1956)	11
2.1.2.2 „Paths of Glory“ (1957)	12
2.1.2.3 „Spartacus“ (1960).....	12
2.1.2.4 „Lolita“ (1962).....	13
2.1.2.5 „Dr. Strangelove or: How I Learnd to Stop Worrying and Love the Bomb“ (1963).....	14
2.1.3 Langspielfilme aus Literaturadaptionen 1968 – 1999.....	15
2.1.3.1 „2001: A Space Odyssey“ (1968).....	15
2.1.3.2 „A Clockwork Orange“ (1971).....	16
2.1.3.3 „Barry Lyndon“ (1975).....	17
2.1.3.4 „The Shining“ (1980).....	18
2.1.3.5 „Full Metal Jacket“ (1987).....	18
2.1.3.6 „Eyes Wide Shut“ (1999)	19
2.1.4 Nicht realisierte Werke.....	20
2.1.4.1 „Napoleon“	20
2.1.4.2 „A.I. Artificial Intelligence“	21
2.1.4.3 „Aryan Papers“.....	22
3 Die amerikanische Filmindustrie.....	23
3.1 Finanzierungssysteme	24
3.1.1 Presales.....	27

3.1.2	The Completion Bond.....	28
3.1.3	“Gap” Financing.....	28
3.1.4	“Soft” Money.....	29
3.1.5	Private Debt and Equity.....	29
3.1.6	Security Interests and Priority.....	30
3.2	Auswertungsmedien.....	31
3.2.1	Das Kino.....	31
3.2.2	Das Fernsehen	34
3.2.2.1	Free-TV.....	34
3.2.2.2	Pay-TV.....	35
3.2.2.3	Basic-TV.....	35
3.2.3	Bild- und Tonträger Medien.....	36
3.2.4	Andere Verwertungsmedien.....	37
3.2.4.1	Video-on-Demand (VoD)	37
3.2.4.2	Merchandising.....	38
3.2.4.3	Literatur- und Soundtrackvermarktung.....	39
3.3	Das Box Office.....	40
3.3.1	Stanley Kubrick – Box Office.....	41
3.3.2	Steven Soderbergh.....	43
3.3.3	Die “Box Office Bomb” und der “Box Office Success”	45
4	Stanley Kubricks „Napoleon“.....	47
4.1	Das Drehbuch.....	48
4.2	Das Scheitern des Projektes.....	50
4.2.1	“Napoleon” – Eine Hochrechnung.....	51
4.2.1.1	Box Office.....	51
4.2.1.2	Besucherzahlen und Spielfilmlänge	54
4.2.1.3	Die Besetzung.....	56
4.3	Steven Spielberg und Stanley Kubrick.....	57
5	Fazit.....	59
	Quellenverzeichnis.....	X
	Eigenständigkeitserklärung.....	XIII

Abkürzungsverzeichnis

MGM	<i>Metro-Goldwyn-Mayer</i> , ein in Amerika gegründetes Filmstudio, benannt nach den Nachnamen der drei Gründer.
RKO	<i>Radio-Keith-Orpheum</i> , ein in Amerika gegründetes Filmstudio.
UA	<i>United Artists</i> , ein in Amerika gegründetes Filmstudio.
IRA	<i>Irish Republican Army</i> , eine paramilitärische irisch-republikanische Organisation, die eine völlige Unabhängigkeit ganz Irlands gegenüber Großbritannien erwirken wollten. Sie existierte von 1919 bis 1969.
VHS	<i>Video Home System</i> , ein Magnetband auf dem Bild und Ton gespeichert werden kann.
DVD	<i>Digital Versatile Disc</i> , ein optisches Speichermedium.
CD	<i>Compact Disc</i> , ein optisches Speichermedium.
VoD	<i>Video-on-Demand</i>
HAP	<i>Händler-Abgabe-Preis</i>
USP	<i>Unique Selling Point</i>
HD	<i>High Definition</i>
FFS	<i>Film Financial Service</i>

Formelverzeichnis

Steve Sonderbergh

x_{USA} Werbekosten in den USA in \$

X_w Werbekosten weltweit in \$

y Produktionskosten in \$

z Gesamtkosten in \$

$z - y$ Vermarktungskosten in \$

$$z = ((x_{USA} * 2) + y) * 2$$

$$\frac{\text{Box Office weltweit ohne USA}}{\text{Box Office USA}} * 100$$

$$\frac{\text{Box Office weltweit}}{\text{Produktionskosten}} * 100$$

Abbildungsverzeichnis

1: Zeitungsverkäufer nach dem Tod von Franklin D. Roosewelt von Stanley Kubrick im Alter von 16 Jahren fotografiert.....	7
---	---

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Stanley Kubrick. Box Office – Zusammenfassung.....	41
Tabelle 2: Stanley Kubrick. Box Office – Einzelauflistung.....	41
Tabelle 3: Stanley Kubrick. Box Office – Besucherzahlen.....	42
Tabelle 4: Box Office Success/ Box Office Bomb.....	46
Tabelle 5: Wertsteigerung.....	52
Tabelle 6: „Napoleon“ anhand der Wertsteigerung.....	52
Tabelle 7: Box Office „Napoleon“ anhand der Besucherzahlen.....	53
Tabelle 8: „Barry Lyndon“ anhand der Wertsteigerung.....	53
Tabelle 9: Box Office „Napoleon“ anhand der Besucherzahlen Gesamt.....	54
Tabelle 10: Stanley Kubrick – Besucherzahlen und Spielfilmlänge.....	55

1 Einleitung

Am 19. März 1895 dreht Louis Jean Lumière in Frankreich den Film mit dem Titel: „Arbeiter beim Verlassen der Fabrik Lumière in Lyon-Montplaisir“, der als „der erste Film der Filmgeschichte“¹ bezeichnet wird. Acht Monate später führen die Brüder Skladanovsky auf ihrem „Bioskop“, einem Doppelprojektor, zum ersten mal kurze Filme gewerblich und öffentlich vor. Einen Monat darauf, am 28. Dezember 1895, zeigen die Gebrüder Lumière auf dem von ihnen entwickelten „Kinematographen“, einem Projektor, in Paris ebenfalls öffentlich und kommerziell Filme. „Dieses Datum wird meist als der Beginn der Filmgeschichte bezeichnet, was allerdings aus guten Gründen umstritten ist (siehe oben).“² Der Film als produziertes Medium und die hiermit verbundene öffentliche, kommerzielle oder auch gewerbliche Vorführung sind die zwei wesentlichen Grundbausteine der von diesem Zeitpunkt an entstehenden Filmbranche, die bis Heute existiert und sich sehr schnell entwickelt hat.³

1912 gründet der deutsche Carl Laemmle das Filmstudio „Universal“ in den USA und zeigt somit, dass er das kommerzielle Potential, das das Medium Film bietet erkannt hat. Mit der Errichtung eines Filmstudios wird eine Plattform für den Film geschaffen, die in Amerika andere Charakteristika aufweist, wie die der entstehenden Filmstudios in Europa.⁴ „Das Wort Atelier (Studio) bezeichnet also in Amerika eine Ansammlung von Bauten, die der Filmerzeugung dienen, und nicht wie in Europa ein lufthallenähnliches Gebäude, wo das Drehen der Filme vorgenommen wird und das man in Hollywood ‚Bühne‘ (stage) nennt.“⁵ Der Filmtheoretiker L'Estrange Fawcett beschreibt 1928 hier das Filmstudio als Produktionsgesellschaft, die anders als in Europa sich nicht ausschließlich um die reine Drehabwicklung in einem dafür konstruierten Raum kümmert, sondern auch mehrere anfallende Produktionsverläufe wie Planung, Finanzierung und Auswertung abdeckt. Hiermit ist ein System geschaffen, das dem Filmemachen bis heute ermöglicht kontrolliert arbeiten und produzieren zu können und in dem sich die zwei wesentlichen Grundbausteine der Filmbranche widerspiegeln.

1 vgl. MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004: Seite 1.

2 vgl. MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004: Seite 1.

3 vgl. MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004: Seite 1.

4 vgl. MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004: Seite 2.

5 vgl. L'ESTRANGE FAWCETT: Die Welt des Films, 1928: Seite 18.

In diesem geschaffenen Filmproduktionssystem, sowie auch in anderen Märkten und Branchen, werden weltweit Filme geplant, finanziert, produziert und vermarktet. Jeder einzelne Schritt benötigt Zeit und ist damit gleichzeitig mit einem Kostenaufwand verbunden, der je nach Umfang und Komplexität des Projektes variiert. Ein Projekt kann an jedem dieser vier Schritte scheitern, was einen finanziellen Verlust auf Seite der Beteiligten bedeutet. Generell, also auch bei erfolgreichem durchlaufen, bedeutet jeder dieser Schritte vorerst einen Verlust auf sich zu nehmen, der nur durch eine erfolgreiche Auswertung ausgeglichen, oder Gewinn bringen kann. Der Erfolg wird im Fernsbereich in Einschaltquoten und im Filmbereich am so genannten „Box-Office“ gemessen.⁶

Die nachfolgende Untersuchung behandelt ausschließlich den rein amerikanischen Filmmarkt und die in diesem System geplanten, finanzierten und produzierten Filme, deren Plattform für eine Erstauswertung ausschließlich das Kino im nationalen, sowie auch internationalen Markt darstellt. Hierbei werden objektive Kriterien herausgearbeitet, die über die Realisation eines Projektes entscheiden. Um eine inhaltliche Begrenzung zu finden, umfasste diese Analyse die Filme und Projekte von dem Filmemacher, Produzenten und Autor Stanley Kubrick, die in und für Hollywood geplant und produziert wurden.

In die nachfolgende Abhandlung werden unter Berücksichtigung der geschichtlichen Hintergründe und der damit verbundenen Produktionsbedingungen die Dokumentarfilme: „Day of the Fight“ (1951), „Flying Padre“ (1951) und „The Seafarers“ (1953), die von ihm inszenierten, szenischen Langspielfilme: „Fear and Desire“ (1953), „Killer's Kiss“ (1955), „The Killing“ (1956), „Paths of Glory“ (1957), „Spartacus“ (1960) „Lolita“ (1962), „Dr. Strangelove or: How I Learnd to Stop Worrying and Love the Bomb“ (1963), „2001: A Space Odyssey“ (1968), „A Clockwork Orange“ (1971), „Barry Lyndon“ (1975), „Shining“ (1980), „Full Metall Jacket“ (1987), „Eyes Wide Shut“ (1999)⁷, sowie drei nicht realisierte Projekte mit einbezogen. Die Jahreszahlen datieren das Jahr der Veröffentlichung. Mittelpunkt dieser Untersuchung stellt das Fallbeispiel „Napoleon“ dar, der anfangs im September 1969 unter der Produktion von MGM und später unter United Artists gedreht werden sollte, aber nie von Stanley Kubrick umgesetzt wurde.⁸

6 vgl. BASTIAN CLEVÉ: Von der Idee zum Film. 2004: Seite 7 – 9 und 217

7 vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 141 - 146

8 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011: Seite 535 - 541

Die Unterteilung in dieser Abhandlung nach Stanley Kubricks Filmen von 1953 – 1955, 1956 – 1963 und den Filmen von 1968 - 1999 findet aufgrund der Wendepunkte und der darauf folgenden Veränderungen in den nachfolgenden Werke statt. Der Film „The Killing“ (1956) gilt als erster Wendepunkt in den Filmen von Stanley Kubrick, da er von diesem Zeitpunkt an nur noch literarische Vorlagen für seine Projekte verwendet. Der Film „2001: A Space Odyssey“ (1968) gilt als zweiter Wendepunkt in Kubricks Werken, da seine Filme ab diesem Zeitpunkt nicht mehr rein konventionell erzählt sondern vor allem audiovisuell geprägt sind. Narrative Informationen aus dem Drehbuch werden ab „2001“ audiovisuell erzählt. Die Form, also die erzählte Geschichte im Drehbuch und der Inhalt des Films, vor allem der Audiovisuelle Teil ergänzt sich.⁹

Anhand der Analyse der amerikanischen Filmindustrie, den in diesem System entstandenen Filmen und den nicht realisierten Filmen von Stanley Kubrick lassen sich Kriterien herausarbeiten, die für eine erfolgreiche Auswertung des jeweiligen Filmprojektes in der Vorproduktion erfüllt werden müssen um einen möglichen Erfolg zu erwirken. An dem Punkt dieser Abhandlung ist der Begriff „Erfolg“ zu definieren, der je nach Gewichtung und Auffassung eines jeden Individuums unterschiedliche Bedeutung erlangt. Das nie realisierte Projekt „Napoleon“ würde die eigene Umsetzung als Erfolg bezeichnen. Das wirft wiederum die Frage auf, ob dieser Begriff die reine Umsetzung eines Projektes in dem amerikanischen Filmsystem umfasst?

Der Film an sich wird bereits 1920 als „imaginale“, „neue“ oder „7. Kunstform“ bezeichnet.¹⁰ Bedeutet Erfolg also folglich künstlerisch erfolgreich mit einen Film zu sein? Wenn ja, woran wird dieser gemessen? Wenn wir davon ausgehen, dass ein Filmpreis, den ein Projekt oder eine Person in einer bestimmten Kategorie gewinnt, stellvertretend für den künstlerischen Erfolg einer Person oder eines Filmes steht, kommt es wiederum auf die Gewichtung, die jeder einzelne dieser Auszeichnung zuschreibt an. Der Film „Barry Lyndon“ verzeichnet trotz sechs Nominierungen für den Oskar, von denen er vier gewinnt, die vergleichsweise geringsten Besucherzahlen eines Kubrick Films in der USA.¹¹

Da sich der amerikanische Film und dessen Produktions- und Vermarktungssystem als Filmindustrie versteht, lässt sich hier der Begriff „Erfolg“ auch rein auf den finanziell erwirtschafteten Gewinn beschränken. Ein Film, der aus Personal, sowie der zur Fertigung

9 vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 9 - 10

10 vgl. TANJA NADINE ERTEL: Globalisierung der Filmwirtschaft. 2011. Seite 86 - 87.

11 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 45 - 47, 78 und vgl. Kapitel 3.3.1

benötigten Technik besteht, kostet in jedem Produktionsabschnitt Geld und unterliegt damit der Verpflichtung gegenüber seinen Investoren keine negativen Umsatzzahlen zu schreiben.

Für die nachfolgende Abhandlung ist der Begriff „Erfolg“ als finanzieller Erfolg zu verstehen, was für die Leitfrage „nach welchen objektiven Kriterien wird Publikumserfolg vorher gesagt?“ bedeutet, dass der Begriff „Publikumserfolg“ mit dem Begriff „finanzieller Erfolg“ gleichzusetzen ist.

2 Stanley Kubrick

Stanley Kubrick gilt allgemein als Filmemacher, der ein hohes Maß an Perfektionismus besitzt und diesen mit den überwiegend selbst angeeigneten filmtechnischen Fähigkeiten kombiniert. Er übernimmt oder kontrolliert fast ausschließlich den gesamten künstlerischen Part jeder seiner Produktionen. Darunter fallen das Drehbuch, die Kameraarbeit, der Ton, der Schnitt, aber vor allem die Regie. Darüber hinaus arbeitet Stanley auch an Werbeplakaten mit, überprüft die technischen Bedingungen der Filmvorführungen in den Kinos und kontrolliert die mit ihm geführten Interviews vor ihrer Veröffentlichung. Er selbst sagt über seine Motivation und Produktivität, dass er bei dem schauen schlechter Filme der Meinung ist, dass er das Filme machen besser beherrscht.¹² Der Schauspieler Jack Nicholson sagt über Kubrick: „Stanley stellt außerordentlich hohe Ansprüche. Wenn es sein muss, dreht er eine Szene fünfzigmal... Stanley stellt sich immer die Frage: Wie mache ich es besser als je zuvor?“¹³

Obwohl Kubrick sich in verschiedenen Genres ausprobiert hat, gibt es doch ein Thema, das sich in seinen eigenen Werken wiederfindet: die „Ästhetik der Kälte“. Das zeigt sich in drei wiederkehrenden Unterpunkten:

1. Die indifferente Figurendarstellung: Sie äußert sich in den so inszenierten moralisch, als auch psychologisch gleichgültigen Charakteren.
2. Die artifizielle Audiovisualität: Sie äußert in einer tableauhaften, also einer gemäldeartigen Bildgestaltung und der bei dem Film eng verbundenen funktionalen Musik.
3. Die schematisierte Handlungskonstruktion: Sie äußert sich in der Symmetrie der Erzählung und der mehrfachen Wiederholung von dramaturgischen sowie auch sprachlichen Elementen.

An der „Ästhetik der Kälte“ verurteilen Kritiker, dass er die in seinen Filmen dargestellte Gewalt beschönigt aber moralisch dazu generell keine Stellung bezieht.¹⁴ Dazu sagt Kubrick 1972 in einem Interview: „I don't think that any work of art has a responsibility

¹² vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 19 - 20

¹³ Vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 11 - 12

¹⁴ vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 19

to be anything but a work of art.“¹⁵ und rechtfertigt hiermit die Kritik an seinen Filmen und deren Inhalt als für sich stehendes Kunstwerk, das den Zuschauer in die Rolle des selbst reflektierenden Betrachters stellt.¹⁶

Ab dem Film „The Killing“ (1956), seinem dritten Spielfilm, verwendet er für seine Projekte ausschließlich literarische Vorlagen und keine Originalskripte, da Stanley, wie er in einem Interview 1987 gesteht, dazu womöglich gar nicht in der Lage ist und er das, was er bei dem ersten Lesen empfunden hat, in seine Filme übernehmen will. „Literatur zu verfilmen bedeutet für ihn also, die emotionale Betroffenheit seiner erstmaligen Lektüre zu reproduzieren.“¹⁷ Das hat auch zur Folge, dass er den Handlungsverlauf, sowie auch die Charakterzeichnungen nach seinen Empfindungen verändert und dabei kaum bereit ist Kompromisse einzugehen.“ Seine Filme sollen nicht in erster Linie eine Transformation von Text in Bild und Ton sein, sondern eine Audiovisuelle Wiederholung des Verleibseins, das heißt des emotionalen Angesprochenwerdens, das von der Lektüre ausgeht.“¹⁸

2.1 Seine Bio- und Filmographie

Am Donnerstag, den 26. Juli 1928 wird Stanley Kubrick in Manhattan als Sohn von Jacques, einem Arzt und Amateurfotografen und Gertrude Kubrick geboren. Er wächst bei seinen Eltern in der Bronx auf und wird im Alter von sechs Jahren in die Primary School 3 eingeschult. In diesem Jahr kommt auch seine Schwester Barbara zur Welt. Da er häufig fehlt, bekommt er 1936 für ein halbes Jahr Hausunterricht, tritt aber im September wieder der Schule bei. 1937 zieht seine Familie von der Clinton Avenue in die Grant Avenue und Stanley wechselt 1938 in die Primary School 90, die er aber bereits ein Jahr später wieder verlässt um das Herbsthalbjahr bei seinem Onkel in Kalifornien zu verbringen.

Dort besucht er zum ersten Mal im Alter von 9 Jahren Hollywood, bevor er zu seinen Eltern in die Bronx zurückkehrt und dort wieder in die Schule eintritt. Als 1942 seine Fa-

15 vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 19

16 vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 7, 10 - 12, 19 – 20, 131

17 vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 11

18 vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 11

milie abermals umzieht und er in die William Howard Taft High School eingeschult wird, bleibt er nun öfter vom Unterricht fern um zwei mal wöchentlich eine Doppelvorsstellung in den Kinos „Loew's Paradise“ und „RKO Fordham“ zu besuchen. In der Schule spielt er Schlagzeug in dem Schulorchester und in der Swingband, in der Eydie Gormé Sängerin ist. Zudem besucht er den Fotoclub und arbeitet 1944 in der Schülerzeitung „Taft Review“ als Fotograf. Bereits ein Jahr darauf am 12. April nach dem Tod von Präsident Franklin D. Roosevelt schießt er ein Foto von einem betrubten Zeitungsverkäufer, das er an die Zeitschrift „Look“ für 25\$ verkauft.¹⁹



1: Zeitungsverkäufer nach dem Tod von Franklin D. Roosevelt von Stanley Kubrick im Alter von 16 Jahren fotografiert.

Erst später gibt Stanley Kubrick zu, dass es, nicht wie anfänglich behauptet ein Schnappschuss war, sondern er den Zeitungsverkäufer zu dem betrubten Blick habe überreden müssen. Von diesem Zeitpunkt an verkauft er in unregelmäßigen Abständen Fotos an diese Zeitschrift während er noch die High School besucht, die er 1946 mit einem Durchschnitt von 70 Prozent abschließt. Hierin sieht Gene D. Phillips, der Autor des Buches „Stanley Kubrick a film Odyssey“, bereits den Beginn von Stanleys späterer Schauspielführung, wobei auch die darauf folgende, ebenfalls an die „Look“ verkaufte Fotostory für seine spätere Regiearbeit von Bedeutung ist. Sie zeigt seinen Englischlehrer, der seinen Schülern sehr lebhaft Szenen aus Shakespeare-Dramen vorspielt.²⁰

Im Alter von 18 Jahren beginnt Stanley Kubrick für die Zeitschrift „Look“ als Festangestellter Fotograf zu arbeiten. Am 29. Mai 1948 heiratet er die zwei Jahre jüngere Toba Etta Metz, eine Jugendbekanntschaft und zieht mit ihr nach Greenwich Village, einem Stadtteil von Manhattan. Bereits ein Jahr darauf schreibt er mit Howard O. Sackler, ei-

¹⁹ vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 3, 76

²⁰ vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 3, 76

nem Schulfreund, an einem Drehbuch, dass später das Buch zu dem Film „Fear and Desire“(1953) wird. 1950 dreht Kubrick seinen ersten Kurzfilm „Day of the Fight“ (1951), einen Dokumentarfilm über einen Boxer, der durch seinen Tagesablauf bis hin zum Kampf begleitet wird. Der Film kostet ihn 3900 US-Dollar und es gelingt Stanley diesen für 4000 US-Dollar, der bis dahin höchsten gezahlten Summe für einen Kurzfilm, an RKO-Pathé zu verkaufen.²¹

Kubrick verlässt die „Look“ um seinen ersten unabhängigen Spielfilm zu planen und zu finanzieren. Er erhält vorweg einen Auftrag von dem Studio RKO und dreht 1951 den Kurzfilm „Flying Padre“, ein dokumentarisches Portrait von einem Priester, der mit dem Flugzeug seine Gemeinden besucht. Finanziell hat er damit keinen Erfolg, kann aber seine Lebensunterhaltskosten mit den gewinnen von Schachturnieren decken, die er regelmäßig besucht. 1953, kurz nach der Veröffentlichung von seinem ersten Langspielfilm „Fear and Desire“, beauftragt ihn die Gewerkschaft der Seeleute einen 30 minütigen dokumentarischen Film, der das Leben der Männer auf amerikanischen Frachtschiffen porträtieren soll, zu drehen. „The Seafarers“ (1953) wird sein letzter Dokumentarfilm und bis „Spartacus“ (1960) der erste Farbfilm von Stanley Kubrick.²²

1952 führt er Regie bei dem zweiten Aufnahmeteam einer Serie über Abraham Lincoln, die in dem Format Omnibus ausgestrahlt wird. Daraufhin reist Kubrick zu dem Hauptregisseur Norman Lloyd, um ihm seine Hilfe anzubieten. Als er diesen jedoch kritisiert, wird ihm nahe gelegt wieder nach New York zurück zu reisen, wo er viel Zeit in Gebäude 1600 am Broadway verbringt, wo sich viele Produktionsfirmen und Schneideräume befinden. Er erweitert dort sein Wissen über den Film und vor allem über die Montage, den Filmschnitt, sowie die damit verbundenen Techniken.

Drei Jahre später, kurz nach den Dreharbeiten von seinem zweiten Film, „Killer's Kiss“ (1955), lässt er sich im Januar von seiner Frau scheiden und heiratet die Ballerina und Choreographin Ruth Sabotka in New York. Ein Jahr darauf, 1956, wird er dem Produzenten James B. Harris vorgestellt und beide gründen die Produktionsfirma „Harris-Kubrick Pictures“. Von diesem Zeitpunkt an verfilmt Stanley Kubrick ausschließlich Romane und Kurzgeschichten, die er adaptiert oder unter seiner Aufsicht und Korrektur adaptieren lässt.²³

21 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 3, 76

22 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 4, 76

23 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 4 - 5, 76

1957 kurz nach ihrem ersten gemeinsamen Film „The Killing“ (1956) schließt die Produktionsfirma Harris-Kubrick einen Vertrag mit Dore Schary, der für das Studio MGM arbeitet, über 75.000\$. Dieser beinhaltet die Auflage für die gebotene Finanzierung in 40 Wochen für MGM einen Film zu drehen. Zu erst wählt Kubrick den Antikriegsroman „Paths of Glory“ von Humphrey Cobb, der aber abgelehnt wird. Daraufhin sucht er aus der Literaturabteilung von MGM das Buch „Brennendes Geheimnis“ von Stefan Zweig heraus und beauftragt den Romanautor Calder Willingham beim Drehbuch mitzuschreiben. Parallel erhält der Autor Jim Thompson den Auftrag von Harris-Kubrick das Drehbuch für „Paths of Glory“ zu schreiben. Als Dore Schary, der Investor auf Seiten des Studios MGM, entlassen wird, heben diese den Vertrag mit der Produktionsfirma auf und Harris-Kubrick wendet sich auf der Suche nach einem neuen Investor für das Projekt an United Artists.²⁴

1957 heiratet Kubrick kurz nach den Dreharbeiten von seinem vierten Film „Paths of Glory“ (1957) die deutsche Schauspielerin Christiane Susanne Harlan. Sie bringt eine vier jährige Tochter aus ihrer ersten Ehe mit dem Schauspieler Werner Bruhns mit. In dem selben Jahr entwickelt er mit Harris eine Fernsehserie über die Heldentaten des Leiters einer Jugendschule, sowie einen autobiografischen Film über den Panzerknacker Herbert Emerson Wilson. Beide Projekte werden jedoch nie verwirklicht. Im Jahr darauf verpflichtet sich Kubrick an dem Film „One-Eyed Jacks“, das auf dem Buch „The Authentic Death of Hendry Jones“ von Charles Neider aufbaut, mitzuarbeiten. Nach den Drehbucharbeiten mit Marlon Brando und Calder Willingham, verlässt Stanley das Projekt und Brando übernimmt die Regie.²⁵

Am 6. April 1959 kommt seine Tochter Anya Renata Kubrick zur Welt. Ein Jahr darauf am 5. August 1960 wird Vivian Vanessa Kubrick geboren. Drei Jahre darauf löst sich die Firma Harris-Kubrick im Gegenseitigen Einverständnis auf, da James B. Harris selbst als Regisseur arbeiten will.

Erst nachdem Stanley Kubrick in England drei Projekte realisiert hat, zieht er mit seiner Frau und seinen Kindern nach Abbot's Mead in der Nähe von London. 1980 kauft Kubrick ein großes Anwesen mit einem alten Herrenhaus in Hertfordshire, wo die Familie bis heute lebt. 1984 heiratet Katharina Kubrick Phillip Eugene Hobbs, der bei dem Film „Full Metal Jacket“ Koproduzent wird. Ein Jahr später, am 23. April, sterben seine Mutter Gertrude im Alter von 82 Jahren und am 19. Oktober sein Vater Jacques im Alter von 83 Jahren in Los Angeles. 1997 erhält Stanley Kubrick den D. W. Griffith Award für

24 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 76

25 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 76 - 77

sein Lebenswerk als Regisseur und in Venedig einen speziellen goldenen Löwen für seinen Beitrag zur Filmkunst. Zwei Jahre darauf, am 7. März, stirbt Stanley Kubrick im Alter von 70 Jahren an einem schweren Herzinfarkt, sechs Tage, nachdem er seinen letzten Film „Eyes Wide Shut(1999) fertig gestellt hat. Noch im selben Jahr veröffentlicht Warner Bros. „The Kubrick Collection“ auf Videokassette und DVD. 2001 erscheint die von Jan Harlan gedrehte Dokumentation „Stanley Kubrick: A Life in Pictures“ über sein Leben und Wirken, in der Verwandte, Freunde, Kollegen und Schauspieler ihrer persönlichen Eindrücke von Stanley schildern. 2002 erscheint das gleichnamige Buch von seiner Ehefrau Christiane Kubrick: „Stanley Kubrick: A Life in Pictures“. 2004 wird am 18. April eine Retrospektive über sein Leben und Wirken im deutschen Filmmuseum und im deutschen Architekturmuseum in Frankfurt am Main eröffnet.²⁶

2.1.1 Langspielfilme aus Originalskripten 1953 – 1955

2.1.1.1 „*Fear and Desire*“ (1953)

1951 dreht Stanley Kubrick seinen ersten Langspielfilm „Fear and Desire“, den er mit eigenem Geld und Finanziellen Mitteln, die er sich von seinem Vater und seinem Onkel leiht realisiert. Mit einem Budget von 13.000\$ beginnt er nahe bei Los-Angeles mit den Dreharbeiten für ein Soldatendrama.

Der Film handelt von Lieutenant Corby und die Soldaten Mac, Fletcher und Sydney, die mit ihrem Flugzeug hinter feindlichen Linien abgestürzt sind und nun einen Weg zurück finden müssen. Kubrick führt Regie, bedient die Kamera, ist Requisiteur und schneidet den Film selbst. Seine erste Frau Toba Metz, sowie Freunde von ihm helfen ihm bei den Dreharbeiten. Ein genaues Datum über die Fertigstellung des Werkes ist nicht bekannt. 1953, zwei Jahre später, übernimmt Joseph Burstyn den Verleih des Films, der in Programmkinos in New York gezeigt, aber mit der Klassifikation „B“ bewertet wird, da er sexuell suggestive Szenen enthält.²⁷

²⁶ vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 77 - 79

²⁷ vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 4 – 5, 76; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 27 - 28

2.1.1.2 „*Killer's Kiss*“ (1955)

deutscher Verleihtitel: „Der Tiger von New York“

1953 beginnt Stanley Kubrick das Drehbuch „*Killer's Kiss*“ zu schreiben. 1954 gelingt es ihm 40.000\$ über Freunde und Verwandte aufzutreiben. Mitproduzent wird der Apotheker Morris Bosel aus der Bronx, der die größte Summe beisteuert. Noch im selben Jahr beginnen die Dreharbeiten.

Erzählt wird die Geschichte von dem Gangster Vincent und dem Boxer Davy, die beide in Gloria verliebt sind. Sie liebt Davy, ist jedoch von Vincent abhängig. Es kommt zu einem Showdown. Die Bild- und Tonbearbeitung erfolgt ein Jahr darauf, wobei Stanley den Filmschnitt, sowie auch den Tonschnitt selbst übernimmt. Kurz nach der Fertigstellung gelingt es ihm den Film an United Artists zu verkaufen, die ihn weltweit vertreiben. Das Studio macht Gewinn durch „*Killer's Kiss*“, jedoch kann Stanley seine Investoren ausbezahlen.²⁸

2.1.2 Langspielfilme aus Literaturadaptionen 1956 – 1963

2.1.2.1 „*The Killing*“ (1956)

deutscher Verleihtitel: „Die Rechnung ging nicht auf“

1956 erwirbt die Produktionsfirma Harris-Kubrick die Rechte an dem Roman: „*Clean Break*“ von Lionel White. Die Drehbuchadaption und damit die erste Literaturadaption, schreibt Stanley Kubrick zusammen mit dem Autor Jim Thompson unter dem Titel „*The Killing*“. Die Finanzierung erfolgt über Kubricks Vater, Jacques, über James B. Harris und über das Studio „United Artists“, die auch den weltweiten Verleih übernehmen.

„*The Killing*“ erzählt die Geschichte von vier Kleinbürger, die sich aufgrund ihrer Geldsorgen dem Profiverbrecher Johnny Clay anschließen. Sie planen einen Überfall einer Pferderennbahn und scheitern am Fluchtversuch. Der Film kommt am 20. Mai des selben Jahres in die Kinos, jedoch bleibt ein Erfolg aus.²⁹

28 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 6 – 7, 76; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 28 - 31

29 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 8 – 10, 76

2.1.2.2 „*Paths of Glory*“ (1957)

deutscher Verleihtitel: „Wege zum Ruhm“

Dore Schary, der Investor bei MGM, schließt mit Harris-Kubrick 1957 einen Vertrag über die Produktion eines weiteren Spielfilms. Stanley Kubrick ist interessiert daran den Roman „*Paths of Glory*“ von Humphrey Cobb unter dem Vertrag mit MGM zu verfilmen, die den Stoff aber ablehnen. Nachdem Harris-Kubrick United Artists 1957 das von Jim Thompson adaptierte Drehbuch vorlegt, wird einer Finanzierung von „*Paths of Glory*“ unter zwei Bedingung zugestimmt. Die erste ist, dass das Drehbuch umgeschrieben werden muss, was von dem Schriftsteller Calder Willingham übernommen wird und die zweite, dass mindestens ein „Topstar“ für die Hauptrolle verpflichtet werden muss.

1957 beginnen die Dreharbeiten in der Nähe von München. Der Film handelt von Colonel Dax, dem französischen Befehlshaber des 701. Regiments, der während des ersten Weltkrieges einen Angriff auf eine Deutsche Stellung leiten soll. Als dieser Angriff misslingt, ordnet General Paul Mireau an ein Exempel an wahllos ausgesuchten drei Männern des Regiments zu statuieren, die wegen „Feigheit vor dem Feind“ hingerichtet werden sollen. Dax kämpft nun für den Freispruch seiner Männer. Als der Film fertig gestellt ist, wird er in US-amerikanischen Militärkinos und in Frankreich verboten, wo „*Paths of Glory*“ erst 1974, 17 Jahre später veröffentlicht wird.

Mit Abschluss des Projektes wird mit Kirk Douglas und seiner Firma „Bryna Productions“ der Bryna-Vertrag geschlossen. Dieser Vertrag besagt, dass beide Firmen in gemeinsamer Kooperation 5 Filme produzieren und wird jedoch 1960, also bereits drei Jahre später aufgrund künstlerischer Differenzen wieder aufgelöst.³⁰

2.1.2.3 „*Spartacus*“ (1960)

Am 13. Februar 1959 wird Anthony Mann, der die Regie von „*Spartacus*“, der von der Firma „Bryna Productions“ produziert wird entlassen. Der Produzent und gleichzeitig Hauptdarsteller Kirk Douglas hatte bereits vor Drehbeginn Stanley Kubrick als Regisseur ins Auge gefasst, aber durch den Druck des „Universal“ Studios für einen erfahreneren Regisseur entscheiden müssen. Da die Produktion nach ihrem Beginn am 27.

30 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 11 – 14, 76 - 78

Januar bereits seit mehr als zwei Wochen läuft, wird Stanley Kubrick engagiert bekommt lediglich 24 Stunden für die Vorbereitung der Regiearbeit.

Der Film thematisiert einen Sklavenaufstand im antiken Rom, der von dem Gladiator Spartacus angeführt wird. Das Drehbuch von Dalton Trumbo bezeichnet Stanley als niveaulos, historisch inkorrekt, das gespickt ist mit langweiligen und trockenen Dialogen. Trotz vertraglicher Vereinbarungen gelingt es ihm Douglas von einer Änderung des Drehbuchs zu überzeugen und baut somit eine Schlachtszene des Sklavenaufstands ein, die aus Kostengründen in Spanien gedreht wird. Am 19. Oktober 1960 feiert „Spartacus“ Premiere im „Pantages Theater“ in Hollywood. Dieser ist Kubricks erster Farbspielfilm seit der Auftragsarbeit „The Seafarers“ (1953).³¹

2.1.2.4 „Lolita“ (1962)

Die Firma Harris-Kubrick interessiert sich 1959 für die Verfilmung des Romans „Lolita“ von Vladimir Nabokov. Kubrick will nach dem Rechteerwerb Nabokov selbst für die Drehbuchadaption gewinnen, als dieser jedoch erfährt, dass die beiden Hauptdarsteller heiraten müssten, damit der Film realisiert werden könnte, lehnt er ab. Daraufhin wird Calder Willingham für das Drehbuch über „Lolita“ eingestellt, dessen Drehbuch aber von Kubrick abgelehnt wird. Als sich Nabokov umstimmen lässt, verfasst dieser 1960 ein 400 Seiten langes Drehbuch, das einen sieben stündigen Film ergeben würde. Eine darauf folgende Kurzfassung wird akzeptiert, jedoch von Stanley umgeschrieben, der aber nicht im Film als Autor genannt wird.

„Lolita“ erzählt die Geschichte von dem Literaturprofessor Humbert, der auf der Suche nach einem Zimmer bei der Witwe Charlotte Haze einzieht, da er von ihrer 12-jährigen Tochter Lolita angetan ist. Er stimmt einer Heirat mit Charlotte zu und als diese stirbt, nährt er sich Lolita an. Als Kirk Douglas von dem Projekt erfährt, lehnt er es ab diesen Film dem Bryna-Vertrag anzurechnen. Die Produktionsfirma Harris-Kubrick lehnt einen Deal mit Warner Bros. ab, da sie nicht mehr die vollständige Kontrolle besäßen.

Im Folgejahr, 1961, wird ein Vertrag mit „Associated Artists“ über 1.000.000 US-Dollar geschlossen. MGM und „Seven Arts Production“ beteiligen sich an der Umsetzung. Da „Lolita“ aufgrund ihrer erotischen, pedofilen Inhalte zu dieser Zeit sehr umstritten ist und vor allem von der katholischen Kirche kritisiert wird, wird die Produktion aus den

31 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 15 - 17, 77

daraus finanziellen Komplikationen in die „Elstree Studios“ nach England verlegt, wo er im selben Jahr gedreht wird.

Erst nach Verhandlungen und Umschnitten erhält der Film das „Code Seal“, die Vorführungsgenehmigung des Filmverbandes und „Lolita“ hat am 13. Juni 1962 ihre Premiere in New York.³²

2.1.2.5 „Dr. Strangelove or: How I Learnd to Stop Worrying and Love the Bomb“ (1963)

deutscher Verleihtitel: „Dr. Seltsam oder wie ich lernte die Bombe zu lieben“

1962 erwirbt die Firma Harris-Kubrick die Filmrechte an dem Buch „Red Alert“ von Peter George für 3.500\$. Dieser arbeitet mit Stanley Kubrick an der Drehbuchadaption unter dem Titel: „Dr. Strangelove or: How I Learnd to Stop Worrying and Love the Bomb“. James B. Harris legt im selben Jahr der Produktionsfirma „Seven Arts“ das Skrip vor, die das Projekt annehmen. 1963, erst ein Jahr drauf wird der ursprünglich als Drama angedachte Stoff zur Satire umgeschrieben. Der Film soll in den „Shepperton Studios“ in England gedreht werden.

Erzählt wird die Geschichte von dem geistesgestörten US-Air-Force-General Jack D. Ripper, der auf eigene Faust einen Atomkrieg mit der Sowjetunion starten will. „Dr. Strangelove or: How I Learnd to Stop Worrying and Love the Bomb“ hat seine Premiere im Dezember 1963, wird aber erst 1964 von der MPAA, der Motion Picture Association of America, zugelassen und startet in den amerikanischen Kinos. Der Film wird 2000, ein Jahr nach Kubricks Tod wieder im Kino gezeigt.³³

32 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 18 – 22, 77

33 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 23 - 25, 77

2.1.3 Langspielfilme aus Literaturadaptionen 1968 – 1999

2.1.3.1 „2001: A Space Odyssey“ (1968)

deutscher Verleihtitel: „2001 - Odyssee im Weltraum“

1964 kontaktiert Stanley Kubrick den Autor Arthur C. Clarke wegen einer Idee eines Science-Fiction Romans, den er plant zu verfilmen. Beide treffen sich regelmäßig und erarbeiten eine Geschichte, basierend auf der Kurzgeschichte „The Sentinal“, die Clarke inklusive weiterer Kurzgeschichten an die Produktionsfirma Harris-Kubrick verkauft. Das Romanmanuskript des ersten Entwurfes verkauft Kubrick im Jahr darauf an MGM und an die Firma Cinerama unter dem Arbeitstitel „Journey beyond the Stars“. Arthur C. Clarke schreibt die Romanvorlage um und präsentiert 1965 den ersten Drehbuchentwurf unter dem Titel: „2001: A Space Odyssey“.

Nach der Zusammenstellung eines Teams, das extra für die Effekte zuständig ist, beginnen am 29. Dezember 1965 die Dreharbeiten zu Kubricks erstem Science-Fiction Film, der auch als Wendepunkt in seiner ästhetischen audiovisuellen Erzählweise gilt. Der Film erzählt die Geschichte einer Mission in den Weltraum, die im 2001 beginnt. Das Raumschiff „Discovery One“ startet Richtung Jupiter mit den Astronauten Frank Poole und Dave Bowman, drei weitere Kollegen, die in Tiefschlafkammern im Dauerschlaf liegen sowie der Supercomputer HAL 9000, der mit einer Persönlichkeit ausgestattet ist und das Raumschiff steuert. Offiziell besteht die Mission darin, am Jupiter wissenschaftliche Forschung zu betreiben. Der Einzige, der das wirkliche Ziel der Mission kennt, ist der Computer HAL, da inoffiziell nach Spuren im Zusammenhang mit einem auf dem Mond entdeckten Monolithen gesucht wird.

1966 zieht die Produktion von den Shepperton Studios in die MGM Studios Borehamwood in England um. Zwei Jahre darauf wird im März die erste Kopie vorgeführt, die aber bereits am 5. April, zwei Tage nach der Premiere in New York, durch Kubrick 17 Minuten gekürzt wird. Im Folgejahr 1969 gewinnt der Film einen Oskar für die besten „speziellen visuellen Effekte“.

1982 veröffentlicht Arthur C. Clarke den Roman „2010: Odyssey Two“ und MGM sichert sich die Film Rechte daran, jedoch will Kubrick das Projekt nicht realisieren. Ein Jahr darauf äußert der Regisseur Peter Hyams Interesse an einer Verfilmung, die er nach

der Zustimmung von Stanley Kubrick als Kameramann und Regisseur durchführt. 2001, zwei Jahre nach Kubricks Tod wird der Film erneut im Kino gezeigt.³⁴

2.1.3.2 „A Clockwork Orange“ (1971)

deutscher Verleihtitel: „Uhrwerk Orange“

Nachdem Kubricks „Napoleon“ nicht realisiert wird, wendet er sich anderen Projekten zu und plant 1970 den Roman „Die Uhrwerk-Orange“ von Anthony Burgess zu verfilmen. Warner Bros. übernimmt die Produktion und erwirbt die Filmrechte für 200.000\$ von Si Litvinoff und Max Raab, die sich diese Rechte bereits von Burgess für ein paar hundert Dollar gesichert hatten. Kubrick selbst adaptiert das Drehbuch und stellt seinen ersten Entwurf am 15. Mai 1970 vor. Jan Harlan, der Bruder von Christiane Kubrick arbeitet als Assistent der Produktion mit. Der Film erzählt die Geschichte von Alex, dem Anführer der Jugendbande Drooges, der in und um London wahllos Gewaltverbrechen begeht, bis er schließlich verhaftet wird. Die Regierung, die kurz vor Neuwahlen steht, will eine neue Therapie an ihm ausprobieren, die zunächst auch erfolgreich scheint.

Die Drehabwicklung beginnt im Winter und dauert ein Jahr. Gedreht wird der Film in und um London und auf Kubricks Anwesen von Bill Butler geschnitten. Der Film wird von der MPAA in Amerika mit dem Jugendverbot „X“ bewertet. Das British Board of Censors gibt „A Clockwork Orange“ ebenfalls nur für Personen über 18 Jahre frei. Am 19. Dezember feiert der Film seine Premiere in New York, wird jedoch knapp ein Jahr später wieder aus dem Verleih zurückgezogen und für eine neue Beurteilung der MPAA von Kubrick verändert. Daraufhin erfährt der Film die Einstufung „R“, die Jugendlichen unter 17 Jahren in Begleitung ihrer Eltern ermöglicht den Film zu sehen. Dieser erreicht somit ein größeres Publikum, was 1973 zu Nachahmungstaten von Gewaltverbrechen in Amerika und in Großbritannien führt, bis Stanley Kubrick ein Jahr darauf den Film in England aus dem Verleih nehmen lässt.

Erst im Jahr 2000 kurz nach seinem Tod wird der Film wieder in England gezeigt. 1972 wird der „A Clockwork Orange“ bei den Academie Awards in den Kategorien „bester Film“, „beste Regie“, „bestes adaptiertes Drehbuch“ und „Bester Schnitt“ für den Oskar nominiert, erhält aber keine Auszeichnung.³⁵

34 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 29 - 31, 77 - 78

35 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 40 – 42, 77 - 78

2.1.3.3 „*Barry Lyndon*“ (1975)

1973 sichert sich Stanley Kubrick die Rechte an dem Roman „The Luck of Barry Lyndon“ von William Makepeace Thackerays. Er adaptiert das Drehbuch selbst unter dem Titel „Barry Lyndon“. Im selben Jahr gibt Warner Bros. eine Pressemeldung heraus, dass Kubrick einen Film mit Ryan O'Neal & Marisa Berenson in den Hauptrollen dreht. Das technische Interesse Stanleys bei wenig vorhandenem Licht, wie bei Szenen, die ausschließlich mit Kerzenlicht beleuchtet sind, führt ihn zu einem für den Weltraum entwickelten Objektiv von der Firma Zeiss. Er beschließt die Filmkamera BNC-Mitchell für das Objektiv mit der Blende f0,7 um zu bauen, um es für „Barry Lyndon“ zu verwenden. Die Ursprüngliche Idee mit natürlichem Licht zu arbeiten stammt ursprünglich von dem Projekt „Napoleon“.³⁶

Die Handlung des Films ist in zwei Teile zu unterteilen. Der erste Teil erzählt die Geschichte vom Aufstieg des jungen irischen Landadeligen Redmond Barry, der sich nach einem fingierten Duell der britischen Armee anschließt und im Siebenjährigen Krieg kämpft. Er lernt die Gräfin Lyndon kennen, die er heiratet und deren Namen er annimmt. Der zweite Teil erzählt die Geschichte vom Niedergang Barry Lyndons bei dem Versuch einen Adelstitel zu erlangen.

1974 werden die Dreharbeiten in Irland abgebrochen, da das Filmteam eine Bombendrohung durch die IRA erhalten hat. Die offizielle Begründung besagt, dass der Zugang zu Drehorten nicht gewährleistet war und man deswegen die Produktion nach England verlegen müsste. Die durch die Komplikationen entstandene Produktionspause, nutzt Kubrick für die Überarbeitung des Drehbuchs. 1975 werden die Dreharbeiten fortgesetzt und der Film feiert am 18. Dezember des selben Jahres Premiere in New York. Der Film wird trotz der Oskar-Nominierung 1976 in der Kategorie „bester Film“ und „beste Regie“ und der Auszeichnung für „beste adaptierte Musik“, „beste Kostüme“, „beste Ausstattung“ und „beste Kamera“ nur in Europa ein Erfolg.³⁷

36 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 978

37 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 45 - 47, 78

2.1.3.4 „*The Shining*“ (1980)

deutscher Verleihtitel: „Shining“

1976 erzählt Jan Harlan, der spätere ausführende Produzent von „The Shining“, Stanley Kubrick von der Entwicklung der Steadicam. Es handelt sich hierbei um ein System zur Stabilisierung von einer Hand geführten Kamera, das Kubrick daraufhin in seinem nächsten Projekt einsetzen will. 1977, ein Jahr darauf, wendet sich Kubrick an die Autorin Diane Johnson wegen einer möglichen Zusammenarbeit einer Drehbuchadaption des Buches „Shining“ von Steven King. Erst im Folgejahr kommt es zu einer dreimonatigen Kooperation, dessen Ergebnis ein Drehbuch unter gleichnamigem Titel darstellt.

Der Film erzählt die Geschichte von dem als Hausmeister engagierte Schriftsteller Jack Torrance und seiner Familie, die in dem eingeschneiten Overlook-Hotel, abgeschlossen von der Außenwelt, nach dem Rechten sehen. Als dort merkwürdige Vorfälle passieren, spitzt sich die Lage immer mehr zu und es kommt zu einer Eskalation.

Die Innenkulisse des im Drehbuch beschriebenen Hotels wird in den EMI-Elstree Studios in England vollständig gebaut. Im Mai 1978 beginnt die Produktion, die im Folgejahr durch ein Feuer in der Kulisse einen kurzen Produktionstop erlebt und in ein anderes Gebäude umziehen muss. Nach über einem Jahr Nachbearbeitung erlebt der Film „Shining“ am 23. Mai 1980 seine Premiere in New York. Am 28. Mai, fünf Tage später lässt Kubrick den Epilog aus dem Film heraus schneiden und der Film erlebt seinen offiziellen Kinostart in den USA am 13. Juni. Seine Tochter Vivian Kubrick ist bei den Dreharbeiten anwesend und arbeitet selbst an dem Projekt „Making the Shining“ der 1980 von der BBC ausgestrahlt wird.³⁸

2.1.3.5 „*Full Metal Jacket*“ (1987)

1980 kontaktiert Kubrick den Schriftsteller Michael Herr über eigene Ideen zu einem Kriegsfilm. 1982 erscheint der Roman „The Short-Timers“ von Gustav Hasfords, woran sich Kubrick die Rechte sichert. Erst drei Jahre drauf kontaktiert er wieder Michael Herr und bittet ihn um die Mithilfe einer Drehbuchadaption unter dem Titel „Full Metal Jacket“. Er handelt von den Erlebnissen von Private James T. Davis, genannt Joker, der zunächst in einem Ausbildungslager der US-Marines auf Parris Island stationiert ist.

38 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 49 – 51, 78

In dem zweiten Teil des Filmes werden die ausgebildeten Soldaten in den Vietnamkriegseinsatz geschickt.

Gedreht wird der Film komplett in England, wo im Osten Londons ein stillgelegtes Gaswerk für die Kampfszenen in Vietnam umgestaltet wird. Der Drehbeginn wird auf Sommer gelegt, da zur heißesten Jahreszeit vergleichbar mit dem Klima in Vietnam möglichst realistische Szenen gedreht werden können.

Vivian Kubrick komponiert die Filmmusik unter dem Namen Abigail Mead und entgeht nur knapp einer Oskar-Nominierung durch die Academy Awards. Der Film feiert am 26. Juni 1987 seine Premiere und wird in der Kategorie „bestes adaptiertes Drehbuch“ für den Oskar nominiert.

1988 erhält der Film den „David di Donatello“ und den „Premio David Luchino Visconti“ Filmpreis in Italien. Der Film muss trotz finanziellem Erfolg Einbußen an der Kinokasse verzeichnen, da er erst nach dem Film „Platoon“ (1986) von Oliver Stone erscheint, der ebenfalls den Vietnamkrieg thematisiert und sehr großen Erfolg feiern kann.³⁹

2.1.3.6 „*Eyes Wide Shut*“ (1999)

Bereits in Stanleys zweiter Ehe wird er auf den Autor Arthur Schnitzler aufmerksam. Erst 1994 beauftragt er den Autor Frederic Raphael mit der Kurzgeschichteninterpretation der „Traumnovelle“ von Schnitzler der noch im selben Jahr den ersten Drehbuchentwurf liefert. Im Jahr darauf entsteht ein weiterer Drehbuchentwurf, der von Kubrick umgeschrieben und 1996 wieder von Raphael überarbeitet wird. Der Film handelt von dem New Yorker Arzt Bill Harford und seiner Frau Alice, die beide außerhalb ihrer Ehe erotische Fantasien ausleben, bis hin zu einer Zeremoie auf dem Schloss Sommerton, das in einer sexuellen Orgie endet.

Am 7. November 1996 beginnen die Dreharbeiten für den Film mit dem Titel „Eyes Wide Shut“. Die Außenkulisse der New Yorker Straßen wird in den Pinewood Studios in England nachgebaut, wo auch die gesamte Produktion abläuft. 1998 wird die Figur Victor Ziegler umbesetzt, was zu einer Verzögerung im Drehplan führt, da zahlreiche Nachdreh erforderlich sind. Der Drehplan von den anfangs geplanten 18 Wochen auf 52 Wochen über einen Zeitraum von 15 Monaten ausgedehnt. Am 1. März 1999 führt Kubrick seine Arbeitskopie bei Warner Bros. vor. Sechs Tage darauf stirbt er an einem

39 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 54 – 56, 65, 78

Herzinfarkt. Als die MPAA „Eyes Wide Shut“ mit „NC-17“, das Verbot für Personen unter 17 Jahren bewertet, ändert das Studio den Film für die amerikanischen Markt digital und der Film erhält nach erneuter Prüfung die Einstufung „R“. Die Premiere findet am 16. Juli 1999 statt.⁴⁰

2.1.4 Nicht realisierte Werke

2.1.4.1 „Napoleon“

Stanley Kubrick ist fasziniert von Napoleon und will dessen komplette Lebensgeschichte von der Jugend bis zu seinem Tod über die Feldzüge und Errungenschaften, sowie die Liebesgeschichte mit Josephine erzählen. Hierbei ist es ihm wichtig, Napoleon als Mensch und nicht als vergötterten Helden darzustellen. Nach dem Erfolg von „2001 A Space Odyssey“ 1966 überzeugt Kubrick MGM ihm ein umfangreiches Budget für Rechercharbeiten und Personal zur Verfügung zu stellen um Material für ein Drehbuch zusammen zu tragen. Er ersteht die Rechte an der Napoleon Biografie von Felix Markham und führt umfangreiche, detaillierte Gespräche mit ihm. 1968 kündigt MGM mit einer Pressemeldung Kubricks nächsten Film „Napoleon“ an. Noch im selben Jahr entsteht Stanleys Drehbuch, das er ohne einen Autor zu engagieren selbst schreibt.

Kubrick bittet Bob Gaffney nach England zu kommen um ihm bei seinem Projekt zu unterstützen. Dieser verhandelt 1969 mit Rumänien über Bereitstellung von 35.000 Soldaten als Statisten für die Kampfszenen in dem Drehbuch. Die Drehortsuche führt der Produktionsassistent Andrew Birkin durch und bereist die Originalschauplätze in denen sich Napoleon aufgehalten hat. 1970 spricht Kubrick mit Jack Nicholson über eine mögliche Napoléon Besetzung.

Laut Jan Harlan war „Napoleon“ ein Projekt, dass er nicht, wie die Folgeprojekte „A.I.“ oder „Aryan Papers“ an einen anderen Regisseur abgeben wollte.⁴¹

40 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 58 – 60, 78

41 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 61 - 62, 77; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 21 - 22

2.1.4.2 „A.I. Artificial Intelligence“

veröffentlicht 2001; Regie: Steven Spielberg

1982 sichert sich Stanley Kubrick die Rechte an der Kurzgeschichte „Super-Toys Last All Summer Long“ von Brian Aldiss, den er auch für eine Drehbuchinterpretation engagiert. Erzählt wird die Geschichte des Roboterjungen David, der mit seinen Gefühlen für seine menschliche „Mutter“ ringt. Aldis und Kubricks Wege trennen sich, als Kubrick Pinocchios Wunsch, mit Hilfe der blauhaarigen Fee ein echter Junge zu werden, in das Drehbuch einbringen will. Das Projekt wird vorerst zurück gestellt, als Kubrick 1985 mit der Produktion von „Full Metall Jacket“ beginnt.

Im Jahr 1988 werden die Filmrechte für „Super-Toys Last All Summer Long“ gekauft. Ein Jahr darauf arbeitet Kubrick mit dem Schriftsteller Bob Shaw, den 1990 durch den Science-Fiction Autor Ian Watson ersetzt. Der Film spielt im Jahr 2200, wo der Roboterjunge David von einer Familie gekauft wird um die Lücke die durch ihren kranken Sohn, der in ein künstliches Koma versetzt wurde, zu füllen. Als dieser geheilt wird und David um die Liebe seiner menschlichen „Mutter“ kämpfen muss, wird dieser ausgesetzt. Durch die ihm vorgelesene Geschichte von Pinocchio ermutigt beginnt er nach einer blauhaarigen Fee zu suchen, die ihn in einen echten Jungen verwandeln soll. 1991 legt Kubrick das Projekt zurück, da seiner Meinung nach die digitalen Spezialeffekte die für den Film benötigt werden noch nicht ausgereift genug sind. Er hofft das die digitalen Effekte irgendwann soweit fortgeschritten sind um David grafisch darzustellen, da er befürchtet, dass der junge Darsteller während der langen Dreharbeiten merklich altern würde.

Als 1993 „Jurassic Park“ von Steven Spielberg erscheint, ist Kubrick von dem Fortschritt der Spezialeffekte sehr beeindruckt und nimmt die Arbeit an dem Projekt wieder auf. In dem selben Jahr kündigt Warner Bros die Verfilmung von „A.I. Artificial Intelligence“ an und der Maler Chris Baker wird engagiert, der die Bilder der Zukunftsgesellschaft entwirft. 1994 wird die Schriftstellerin Sara Maitland zu dem Projekt hinzu gezogen. Ein Jahr darauf spricht Kubrick mit der Firma Industrial Light and Magic ILM von George Lucas über die Möglichkeiten der digitalen Spezialeffekte. Als sich Stanley der Verfilmung der „Traumnovelle“ von Arthur Schnitzler widmet, kündigt Warner Bros. an, dass „A.I.“ nach „Eyes Wide Shut“ gedreht werden soll. Nach Kubricks Tod realisiert der Regisseur Steven Spielberg das Projekt unter dem gleichnamigen Titel.⁴²

⁴² vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 62 – 64, 78; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 23 - 24

2.1.4.3 „Aryan Papers“

1993 sichert sich Jan Harlan die Rechte an dem Erstlingswerk „Lügen in Zeiten des Krieges“ von Louis Begleys. Die Drehbuchadaption übernimmt Kubrick selbst und benennt es in „Aryan Papers“ um. Die Vorproduktion beginnt im Mai 1993 mit der Drehort Suche in Polen, Ungarn und der Slowakei. Die Kostüme werden angefertigt und Warner Bros. kündigt den Film für Weihnachten 1994 an.

Erzählt wird die Geschichte von der jungen Jüdin Tanja und ihrem Neffen Maciek, die von den Nazis verfolgt durch Polen reisen und sich dabei als Katholiken ausgeben. Sie täuschen Leute mit Lügen über Kriegsabhandlungen und gefälschten Arierpapieren, die ihnen das Leben retten. Kubrick führt Gespräche mit der Schauspielerin Julia Roberts und Uma Thurman für die weibliche Hauptrolle. Er versucht Johanna ter Steege für die Rolle gewinnen, die er mit dem Projekt über Nacht zum Weltstar machen will.

Als Warner Bros. Kubrick von „Schindlers Liste“, der von Steven Spielberg in der Nähe von Krakau gedreht wird, unterrichtet legt dieser das Projekt auf Eis um an seinem Science-Fiction Film „A.I.“ weiter zu arbeiten. Jan Harlan sagt später, dass er das Gefühl hatte, dass Stanley erleichtert war sich nicht mehr mit dem Holocaust auseinander setzen zu müssen. Das Projekt ist bis heute nicht realisiert, jedoch schlägt Harlan den Regisseur Ang Lee für eine mögliche Verfilmung vor.⁴³

43 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 64 - 65, 78; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 25 - 26

3 Die amerikanische Filmindustrie

Die amerikanische Filmindustrie bezeichnet hier die Filme, die in diesem Finanzierungssystem kalkuliert, geplant oder produziert und ausgewertet werden. Dieses System beschränkt sich nicht auf die rein in der USA realisierten Projekte, sondern umfasst weltweite Produktionen. Um die Notwendigkeit der verschiedenen Finanzierungsquellen zu verstehen, ist es wichtig die Entwicklungsgeschichte der amerikanischen Filmindustrie zu kennen. Die Gründung des Filmstudio „Universal“ 1912, dem ältesten noch bestehenden Studio, bezeichnet den industriellen Beginn der Filmproduktion.⁴⁴ Der sich daraus entwickelnde Markt, bis hin zu dem heute existierenden Filmproduktions- und Absatzmarkt ist aufgrund verschiedener Punkte für Investoren mit einem hohen Risiko gleichzusetzen.

Historisch gesehen bezeichnet der Begriff Risiko in Hollywood, das rein finanziell getragene Risiko. Eine Reduzierung dieses Risikos findet erst mit der Einführung des Drehbuchs statt, das es den Investoren einen Überblick über den Umfang der Produktion gibt. Auf dieser Basis lassen sich nun Pläne über die voraussichtliche Dauer der Drehabwicklung, die Anzahl der Schauspieler, sowie den benötigten Stab hinter der Kamera aufstellen. Mit der Einführung und Entstehung zahlreicher Kinos wird ein Absatzmarkt geschaffen, der eine Plattform für Investoren und Produzenten bietet, die Statistiken über den finanziellen Erfolg eines Filmes ermöglicht. Hierdurch wird wiederum das Risiko reduziert.⁴⁵

Die Behauptung „size does matter“⁴⁶ als Erfolgsgeheimnis der amerikanischen Filmindustrie zu bezeichnen, trifft nicht immer zu, wie der von Disney produzierte Film „John Carter“ zeigt. Der Film, der mit 250 Mio. US-Dollar produziert wurde und lediglich ein Einspielergebnis von 283 Mio. US-Dollar verzeichnet, gilt allgemein als „Megaflop“.⁴⁷ Das Erfolgsgeheimnis von Hollywood lässt sich aber in drei dominanten Unterpunkten zusammenfassen:

⁴⁴ vgl. MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004: Seite 2.

⁴⁵ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 198.

⁴⁶ vgl. TANJA NADINE ERTEL: Globalisierung der Filmwirtschaft. 2001. Seite 202

⁴⁷ vgl. <http://www.spiegel.de/kultur/kino/cannes-2013-steven-soderbergh-ueber-die-zukunft-des-kinos-a-899557.html>, Stand 30.06.13

1. Der Film ist als Medium leicht zu transportieren und ermöglicht somit eine weite Verbreitung, die somit vergleichsweise schnell und effizient ihren zu bedienenden Markt erreicht.

2. Geschichtlich gesehen ist Europa bis zum 1. Weltkrieg ein wichtiger Absatzmarkt für den US-amerikanischen Film. Als dieser Markt durch den Krieg wegfällt stabilisiert sich der heimische Markt. Als der europäische Markt nach dem Ende des Krieges nicht mehr alleine Existenz fähig ist, wird der Markt für amerikanische Filme wieder erreichbar, was sich bis heute stabilisiert hat.

3. Die amerikanische Filmindustrie wird von so genannten „Major Companies“ beherrscht, die eine vertikale Integration, also eine Beeinflussung der Filmästhetik vornehmen und somit einen Maßstab setzen.

Der Filmmacher D. W. Griffith, der unter anderem den Stummfilm „Birth of a Nation“ (1915) realisiert hat und als treibende Kraft in der Kapitalisierung der amerikanischen Filmindustrie gilt, hat zu der Entwicklung der Amerikanischen Kunstform im Film einen großen Beitrag geleistet.⁴⁸

„Die Dominanz kann letztlich als die Summe aus multiplen, interdependenten Faktoren (ökonomische, technologische, künstlerische und ästhetische Aspekte) beschrieben werden.“⁴⁹ Der Europäische Filmmarkt hat der amerikanischen Filmindustrie und deren Marketing-Strategien nichts entgegen zu setzen, jedoch liegt auch ein anderes Konzept der Filmfinanzierung vor. Der Durchschnittliche Film in Europa kostet drei Mio. US-Dollar dahingegen wird für den amerikanischen Film eine Durchschnittliche Summe von 23 Mio. US-Dollar aufgewendet.⁵⁰

3.1 Finanzierungssysteme

Bevor die zu Papier gebrachte Idee eine Form annehmen kann und wird, muss eine Kalkulation erstellt werden, die den Investoren Aufschluss über die bei der Produktion entstehenden Kosten gibt. Hierbei gibt es weltweit unterschiedliche Herangehensweisen. In Hollywood wird bei einer Kalkulation von einem Film nach folgenden Punkten unterschieden, die je nach Projekt in unterschiedliche Kategorien eingeteilt werden:

48 vgl. JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. 1982. Seite 40 -41

49 vgl. TANJA NADINE ERTEL: Globalisierung der Filmwirtschaft. 2001. Seite 205

50 vgl. TANJA NADINE ERTEL: Globalisierung der Filmwirtschaft. 2001. Seite 202 – 205, 398

- Das Drehbuch oder Treatment
- Die Darsteller
- Produktions Personal und Produktionsassistenten
- Reise und Locationmieten
- Die benötigte Kamera-, Bühnen-, Ton-, Licht-, VSX-, SFX-Technik
- Studiomieten, sowie Studio Bauten
- Rohfilmmaterial und Entwicklung durch ein Kopierwerk
- Tonaufnahmen und Musik
- Effekte, Titel und die Finalisierung
- Büromieten
- Versicherungen, Fixkosten, etc.

Hollywood unterscheidet hierbei zwischen „above-the-line“ und „below-the-line“ Budget. Unter das „above-the-line“ Budget fallen der Regisseur, der Produzent, die Schauspieler, das Drehbuch und die Autoren, die als kreative Elemente des Films bezeichnet werden. Darunter fallen auch Reisekosten, Steuern, Rechteerwerbskosten und Überstundenvergütungen. Alle anderen Bereiche fallen unter die Bezeichnung „below-the-line“. Eine solche Trennung wird gemacht, da es sich bei „below-the-line“ Kosten überwiegend um Fixkosten handelt, die sich nur durch auftretende Komplikationen bei der Drehabwicklung verändern. „Above-the-line“ Kosten variieren, je nach Anforderungen die ein Projekt stellt.⁵¹

Bis zum Ende des ersten Weltkrieges (1914-1918) ist europäisches Kapital für die Finanzierung der amerikanischen Wirtschaft notwendig. Der Krieg jedoch verändert Amerika von einer verschuldeten Nation zu einer Gläubiger Nation, die nun in der Lage ist eigene Geldmittel in amerikanische Märkte zu stecken, sowie auch in die entstehende Filmindustrie. Immer mehr Filmproduktionsfirmen wenden sich an Investment-Banken und leihen sich Geld für die Produktion von Filmen. 1919 wird ein finanzielles Abkommen zwischen der Filmverleih- und Vertriebsfirma „Players-Lasky Corporation“ und der Investment-Bank „Kuhn, Loeb & Co.“ geschlossen, was zu dieser Zeit bedeutete, dass

51 vgl. MICHAEL WIESE: Film & Video Budgets. 1984. Seite 4, 19 - 20

die Filmindustrie in den USA eine seriöse, legitime Industrie darstellt und als diese von Investment-Banken anerkannt wird.⁵²

Zwischen 1946 und 1947 erlebte vor allem der Independentfilm seinen „heyday“, da unter anderem 79.248.480 US-Dollar von insgesamt sieben verschiedenen Banken in die Filme investiert werden. Der Banker Herbert Golden beschreibt die anfängliche Phase mit: „Banks or anybody else were glad to put money into the business. No picture lost money.“⁵³ Der rasch darauf folgende Niedergang fasst er zusammen mit: „There were tremendous numbers of losses. It didn't take the banks very long to smarten up.“⁵⁴ Diese Phase zeigt den Banken, dass finanzieller Erfolg nicht einzig und alleine mit der aufgewendeten Summe, sondern mit zahlreichen anderen Faktoren, sowie überwiegend der zu verfilmenden Geschichte zusammenhängt. Daraufhin wird ein Fragen-Katalog aufgestellt, der folgendes beinhaltet:

1. Handelt es von einer extrem kontroversen Natur aus religiösen, rassistischen oder aus ideologischen Gesichtspunkten?
2. Behandelt es unmoralische oder der Zensur unterstellte Themen?
3. Ist es eine Geschichte, die wenig Anklang oder Beliebtheit in diesem oder in einem anderen Land erfährt?
4. Benötigt die Umsetzung Originalschauplätze, große Zahlen an Komparsen oder Studiobauten, die zu hohen unvorhergesehenen Umbauten, sowie Konstruktionsproblemen und Verzögerungen der Produktion führen?

Diese Auflistung zeigt deutlich, dass hierbei der Versuch den Publikumserfolg eines Filmes vorherzusagen unternommen wird und dass Überlegungen getroffen wurden um einen Film so massentauglich wie möglich zu gestalten. Dieser Katalog und vorallem Punkt 2. belegt auch, warum der Film „Lolita“ (1962) von Stanley Kubrick mit anfänglichen Finanzierungsschwierigkeiten zu kämpfen hat und warum Kirk Douglas diesen nicht dem Bryna-Vertrag anrechnen wollte.⁵⁵

Neben der Bank, gibt es für einen Produzenten mehrere Möglichkeiten sein Projekt mit Hilfe von Investoren und Rechteverkäufen zu finanzieren. Diese sind abhängig von verschiedenen künstlerischen, sowie auch finanziellen Faktoren und werden oftmals vor-

52 vgl. JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. 1982. Seite 17 -18

53 vgl. JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. 1982. Seite 108

54 vgl. JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. 1982. Seite 109

55 vgl. JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. 1982. Seite 108 – 109, 113 und vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 18 – 22, 77

ausgesetzt. Der Banker Herbert Golden beschreibt Ende der 40er Jahre anhand eines Beispiels wie eine Filmfinanzierung im Independentbereich abläuft:

„The Producer, in his role of financial promoter, is generally forced to put on quite a show. He comes to us at the bank and says, „I have Gregory Peck. I have second money. I have completion money. I have William Wyler to direct, and I have a great script. If you will put first money in I can go ahead“

We act like we believe him at least partially, although we know actually he hasn't got all of those elements. We know that as soon as he leaves us he is going to go to Gregory Peck's agent and say, „I have Bankers Trust Company to put up first money if you come in. I have a great script and a great director;“ then he goes to Wyler and he says, „If you will come in, I have Bankers Trust and I have Gregory Peck.“ Then he goes around the circle. Everybody knows what he is doing. Everybody knows he has nothing except an idea. He tries to pull the strings in, and, gradually the successful producer finally gets everybody into a room, and he finds he does have all those people.

Often, of course, a producer never does succeed in getting the whole circle together. However, it is a colorful process while it is going on.“⁵⁶

Es werden in diesem Kapitel aber nur üblich angewandte Systeme analysiert. Das Crowdfunding wird hier nicht aufgeführt, da es bisher keine gängige Finanzierungsform in der amerikanischen Filmindustrie darstellt.

.

3.1.1 Presales

So genannte Pre-sales beinhalten Verkäufe von Verwertungsrechten, basierend auf der Besetzung und Drehbuch, in verschiedene Territorien bevor das Projekt fertig gestellt ist. Diese Verwertungsgesellschaft ist als Firma bestrebt den höchstmöglichen Gewinn des zu verkaufenden Produktes zu erwirtschaften und ist bestrebt einen größtmöglichen Markt abzudecken. Vorerst wird aber durch einen Verkaufsagenten die so genannte Minimumgarantie errechnet, die ausschlaggebend für die Höhe des Anteils steht, die der Produzent erhält. Hierbei handelt es sich um eine Berechnung aufgrund bereits vorhandener Daten zu vergleichbaren Produktionen, wobei versucht wird, möglichst genau den Minimalen finanziellen Erfolg eines Filmes zu errechnen.

⁵⁶ vgl. JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. 1982. Seite 117

Sobald ein Deal zwischen ihr und dem Produzenten abgeschlossen ist, kann der Vertrieb darauf bestehen, dass bestimmte inhaltliche Elemente geändert werden, sowie behält er sich vor die Besetzung zu bestimmen. Es wird ein Vertrag geschlossen, der auch die Wahl des Regisseurs mit einschließt. Bei nicht Einhaltung dieser Vertragsvereinbarungen, ist es der Verwertungsgesellschaft jederzeit gestattet von der Finanzierung zurückzutreten. Der Produzent kann wiederum mit einem solchen Vertrag eine Investmentgesellschaft, oft eine Bank, aufzusuchen und damit seine Kreditwürdigkeit zu bestätigen.⁵⁷

3.1.2 The Completion Bond

Der Completion Bond ist eine Versicherung, die dem Investor garantiert, dass eine Filmproduktion zu einem bestimmten Zeitpunkt und innerhalb der kalkulierten Kosten fertig gestellt wird. Sollte während der Produktionsabwicklung eine unbeabsichtigte Budgetüberschreitung oder ein unversicherbarer Schaden eintreten, übernimmt der Completion Bond die zusätzlich entstandenen Kosten bis zur Höhe der vereinbarten Versicherungssumme. Nicht versicherbar ist die künstlerische Qualität des Endproduktes, sowie die Bonität der Film-Finanziers. Der Completion Bond übernimmt normalerweise 3 - 6% des Gesamten Budgets einer Filmproduktion, kann aber bei Nichterfüllung der Vertragsbedingungen die Produktion übernehmen, um diese zu bewerkstelligen, was beispielsweise einen Wechsel des Regisseurs zur Folge hat.⁵⁸

3.1.3 "Gap" Financing

Dieses Modell bietet Independentfilmen ab 1980 eine gute Plattform, da diese nicht ausschließlich von einem Studio oder einer Bank finanziert werden. Für einen Film ist es immer schwieriger geworden eine 100% Finanzierung allein von der Bank und dem Completion Bond zu bekommen, da die Sicherheiten lediglich auf einem Drehbuch oder Script, einem Regisseur und mehr oder weniger bekannten Schauspielern beruhen. Hierbei entstehen im Budget Lücken, so genannte „gaps“, die durch das „Gap Financing“ gefüllt werden können. Dieses System dient also zur Unterstützung nationaler

⁵⁷ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 201 – 203.

⁵⁸ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 202; und vgl. http://www.caninenberg-schouten.de/produkte/completion_bond.html, Stand 29.06.13

und sogar internationaler Filmproduktionen bei der Projektfinanzierung und versteht sich allgemein als Filmförderung.

Gewöhnlicherweise amortisiert sich „Gap Financing“ vor anderen Finanzierungssystemen. Die Filmförderanstalten, die Film Financial Services, können in der Regel „Gap Financing“ von 5 – 35%, der deutsche Filmfinanzier in Nordrhein-Westfalen sogar bis zu 65% des Produktionsbudgets aufwenden, was wiederum von dem jeweiligen Genre, der Besetzung und den internationalen Vertriebs-Schätzungen, also der Minimumgarantie abhängt. In manchen Fällen kann der Film Financial Service, kurz FFS, diese Finanzierung auch ohne bereits abgeschlossene Pre-sales bieten. Diese Finanzierungsform für den Film gilt aber als sehr risikoreich für den Investor.⁵⁹

3.1.4 “Soft” Money

Das „Soft Money“-Modell gewinnt erst Ende des 20. Jahrhunderts an Bedeutung in den Vereinigten Staaten. Es besteht aus öffentlichen Geldern, unter anderem zählen dazu Steuernachlässe, Budget Rückerstattungen zu gewissen Teilen und Preisnachlässen, die der Filmproduktion, abhängig von dem Land oder Region in der der Film gedreht wird, zu gute kommen. Bei Preisnachlässen kann es aber oft vorkommen, dass der Investor bei einem erwirtschafteten Gewinn, anteilig Geld von dem Produzent bekommt.

Das „Soft Money“-Modell wirkt risikomindernd für andere Investoren, die zu gewissen Teilen an der Produktion beteiligt sind, da durch dieses System Kosten gespart werden können, aber keinerlei Auswirkungen auf die Minimumgarantie entstehen.⁶⁰

3.1.5 Private Debt and Equity

Die privaten Verbindlichkeiten und die Eigenkapitalanteile der Investoren sind unter dem Punkt „Private Debt and Equity“ zusammengefasst. Unter den privaten Investoren oder den Investmentgesellschaften gibt es mehrere Finanzierungs- und Beteiligungsmodelle. Auf der einen Seite können sie dem Produzenten finanzielle Mittel oftmals zu

⁵⁹ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 202 – 203. und vgl. <http://nrw.germanfilmfinance.com/www/site/pages/deutsch/ueber-nrw.germanfilmfinance.html?lang=DE>, Stand 11.07.13

⁶⁰ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 203 – 204.

höheren Zinsen als die der Bank beisteuern. Diese liegen durchschnittlich zwischen 110 – 120%.

Auf der anderen Seite kann sich der Investor einen hohen Anteil am Eigenkapital des Filmes erkaufen, der oftmals zwischen 50 – 75% des gesamten Budgets liegt. Das bedeutet bei einer finanziell erfolgreichen Auswertung zu dem entsprechenden Prozentsatz eine Gewinnbeteiligung zu erhalten. Eine Kombination dieser beiden Finanzierungsformen ist ebenfalls möglich, jedoch gilt dieses Modell, als sehr risikoreich für den Investor.⁶¹

3.1.6 Security Interests and Priority

Das „Security Interests and Priority“-Modell umfasst die oben bezeichneten Finanzierungsformen, wie das Bankinvestment, den Completion Bond, das „Gap Financing“, das „Soft Money“ und den „Private Debt and Equity“. Diese Systeme werden unter einem Netz von Verträgen zusammen gefasst und sichern den Geldgebern Sicherheiten zu. Ist der Schuldner, also der Produzent nicht in der Lage die Schulden zu begleichen, kann der Investor den Film und die damit verbundenen Rechte übernehmen und ihn so vermarkten, dass dieser zumindest die Möglichkeit hat seine Investitionen zu tilgen.

In der amerikanischen Filmindustrie wird ein solcher Sicherheitsanteil der Geldgeber an der Produktion verlangt, die auch von dem Produzenten angeboten werden. Unter diese vertraglich festgelegten Verfügungen fallen die Bank, der Completion Bond, die Investitionsgesellschaften, sowie andere Kreditgeber und sogar das „Soft Money“. Dazu zählen auch etablierte Verleiher die dem Produzenten eine hohe Minimumgarantie bieten.

Je höher ein Investor gestellt, also je mehr er finanziell beigesteuert hat, desto früher besteht in dem Fall der Nichterfüllung durch den Produzenten so die Möglichkeit einer Amortisation seiner aufgewendeten Mittel. Je weniger er investiert hat, desto später beziehungsweise, desto unwahrscheinlicher ist eine Rückerstattung der aufgewendeten Mittel. Hierbei wird jedoch davon ausgegangen, dass der entsprechende Film überhaupt Gewinn erwirtschaften kann.⁶²

61 vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 204 – 205.

62 vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 205 – 206.

3.2 Auswertungsmedien

Die Auswertung einer Produktion bezeichnet den Schritt der Veröffentlichung eines Projektes um die aufgewendeten Kosten wieder einzuspielen und möglicherweise einen Gewinn zu erwirtschaften. Nicht jede Verwertung ist erfolgreich, da sie sowohl mit Kosten verbunden ist, als auch von Faktoren abhängt die den finanziellen Erfolg eines Filmes beeinflussen. Auswertungsplattformen haben sich geschichtlich nach und nach vom der Kino- zur Fernseh- und zur Videoauswertung entwickelt, die versetzt oder parallel Geld für eine Produktion einspielen. Dazu kommen noch weitere Medien die ebenfalls eine Plattform bieten und über die sich Geld jedoch unter Einschränkungen erwirtschaften lässt.⁶³

3.2.1 Das Kino

Das Kino stellt die älteste Form Filme zu präsentieren und auszuwerten dar. Thomas Alva Edison, der Erfinder der Glühbirne entwirft und konstruiert den erster Projektor, auf den er sich ein Patent sichert. Am 28. Dezember 1895, zeigen die Gebrüder Lumière auf dem von ihnen entwickelten „Kinematographen“, einem Projektor, in Paris öffentlich und kommerziell Filme und legen damit den Grundstein des heute bekannten Kinos.⁶⁴ Schausteller auf Jahrmärkten präsentieren selbst gedrehte Filme als Attraktion in Amerika, wobei diese bereits als Produzent, Kinoverleiher und Kinobetreiber tätig waren. Erst als sich einige Schausteller ab der Wende zum 20. Jahrhunderts in Kalifornien Grundstücke erstehen und sich in Hollywood niederlassen, ist ein weiterer Grundstein für die amerikanische Filmindustrie gesetzt. Der Name „Hollywood“ leitet sich von der dort wachsenden Stechpalme „Holly“ ab.

Heute steuern sechs bis sieben, in der Gründerzeit entstandenen Studios die nationale, als auch die weltweite Kinoauswertung. In der USA allein gibt es 44.0000 Kinoleinwände, die pro Woche einen durchschnittlichen Umsatz von 160 Mio. US-Dollar, an starke Wochenenden sogar 240 Mio. US-Dollar erwirtschaften. Der 4. Juli, wird von den Studios genutzt um dort Filme zu veröffentlichen, die statistisch gesehen als die umsatzstärksten Filme der Studios gelten. Im Vergleich hierzu erfolgt die Auswertung in Deutschland auf lediglich 4900 Kinoleinwänden, wodurch ein jährlicher Umsatz von

⁶³ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2008. Seite 243 - 246.

⁶⁴ MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004: Seite 1.

745 – 890 Mio. Euro, also 62 – 74 Mio. Euro pro Monat erwirtschaftet wird.⁶⁵ Der finanzielle Erfolg wird im Filmbereich am so genannten „Box-Office“ gemessen.⁶⁶

Das durchschnittliche Kinopublikum besteht zu 50% aus Personen, die unter 29 Jahren alt sind und dementsprechend als Zielgruppe von dem Verleiher beworben werden. Weltweit hat das Kino von seiner Entstehung bis heute einen Zuschauerzuwachs von 29% auf 40% der Bevölkerung erlebt. Es wird behauptet, dass der Hauptabsatzmarkt nun durch die DVD, ein Bild- und Tonspeichermedium, dominiert wird. Zahlen belegen aber, dass ohne eine vorhergehende Kinoauswertung des Films keine vergleichbaren Verkaufszahlen erreicht werden.⁶⁷

Um einen Film in das Kino zu bringen und dort auszuwerten, sind drei Parteien notwendig. Diese lassen sich unterteilen in den Produzent, der den Film produziert und die Drehabwicklung steuert. Den Verleiher, der die Kinokopien herstellt und den Film bewirbt und je nach Finanzierungsmodell bereits die Produktion beeinflussen kann und der Kinobetreiber selbst.

1. Der Produzent schließt einen Vertrag mit Verleiher über eine so genannte Minimumgarantie, wobei der Vertrieb sich eine Verleiherprovision von üblicherweise 30% berechnet da er ein hohes Risiko trägt. Die Forderung der Produzenten aus der Anfangszeit des Kinos: „producer dollar equal distributor dollar“⁶⁸ wird aber hierbei nicht berücksichtigt und damit nicht erfüllt. Im Kinobereich spricht der Produzent von Kultfilmen und so genannten „Sleeper“-Filmen, wenn ein Film über eine länger Zeitspanne einen gleichbleibenden Erfolg aufweisen kann. Üblicherweise verzeichnet ein Film an dem ersten Spielwochenende die meisten Zuschauerzahlen. Diese Zahlen nehmen in den Folgewochen stark ab, bis der Film wieder aus dem Kino verschwindet. Der Produzent erhält von dem Verleiher nach der Auswertung im Idealfall und nach Abdeckung der Kosten 100% des erwirtschafteten Gewinns. Diese setzen sich zusammen aus der Verleiherprovision, der P+A Kosten, der Minimumgarantie und weiteren Kosten. Da der Verleiher oft, wie im „Presales“-Modell an der Finanzierung beteiligt ist

65 vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 248 - 249, 252.

66 vgl. BASTIAN CLEVÉ: Von der Idee zum Film. 2004: Seite 7 – 9, 217. und vgl.

67 vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 248 - 249, 252.

68 vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 275.

und selbst auch Entscheidungen trifft, fällt der Gewinnanteil des Produzenten auf ungefähr 20%. Die restlichen 80% kommen dem Verleiher zu gute.

2. Der Verleih eines Filmes bringt neben einem hohen Risiko auch einen hohen Aufwand mit sich. Das Projekt muss auf verschiedenen Verwertungsplattformen verwertet werden, um die dadurch entstandenen Kosten zu decken. Damit sich ein solcher Aufwand lohnt werden zuerst die als P+A bezeichneten Kosten ausgegeben. Diese setzen sich zusammen aus der TV-Werbung, der Plakatwerbung einer Webseite für den Film und der Werbung im Web, wobei die TV-Werbung den höchsten Anteil an Kosten verursacht. Dazu kommen Kosten für Premiere und die Pressarbeit sowie Kosten jeder einzelnen Kinokopie. Dafür steht dem Verleiher ein Anteil von 40 – 55% des verkauften Kinotickets zu. Je länger der Film jedoch im Kino ausgewertet wird, desto mehr sinkt die prozentuale Beteiligung. Aus diesem Grund sichert sich der Verleiher von dem Produzenten auch andere Auswertungsrechte wie beispielsweise die TV-Auswertung. Diese ermöglicht dem Film falls die Kinoauswertung trotz der Werbekampagne „flopt“ die Eigenkosten zu minimieren oder sogar noch einen Gewinn zu erwirtschaften.
3. Das dritte Modell beschreibt den Kinobetreiber, der je nach Alter des Films 20 - 56% der verkauften Kinokarte erhält. Der Zuschauer kauft neben dem Ticket für den durchschnittlich doppelten Preis Eis, Popcorn und Bier und bekommt vor der Vorstellung heute eine halbe Stunde Werbung zu sehen. Die Erlöse gehen dabei allein an den Kinobetreiber. Üblicherweise werden Filme von Spielwoche zu Spielwoche günstiger, was nicht nur Auswirkungen auf die Beteiligung der Verleiher, sondern auch auf die prozentuale Beteiligung des Kinobetreibers jeder verkauften Kinokarte. Er ist aber auch die einzige Partei, die vergleichsweise wenig Kosten aufwendet und somit für das Produkt Film einen möglichen Gewinn erwirtschaften kann.

Geschichtlich gesehen hat das Kino durch die Verbreitung des Fernsehns in den 70er Jahren einen kleinen Besucherzahleneinbruch erlebt, der jedoch nicht vergleichbar ist mit dem durchaus höheren Einbruch seit Einführung der DVD und der Flachbildfernseher.

Die Einführung der Multiplexe konnte im Kinobereich aber wieder eine Besuchersteigerung von 30 – 40% erwirken. Auch der 3D Markt ist durch den Film „Avatar“ (2009) nicht mehr vom Kino wegzudenken, sowie auch der 3D-Fernseher für die heimische Nutzung der Inhalte. Diese Verbreitung liegt der technischen Entwicklung der Digitali-

sierung, also der Möglichkeit in diesem Bereich Material aufzuzeichnen, dass sich längst nicht so organisch, wie der analoge Filmstreifen verhält und somit wesentlich einfacher dreidimensionale Inhalte produziert werden können. Der zweidimensionale Film wird hierdurch in Zukunft aber nicht ersetzt werden. Solange für den 3D Genuss extra Geräte und Utensilie wie eine Polarisierende oder eine Shutterbrille erforderlich sind, wird der dreidimensionale Film lediglich koexistieren.⁶⁹

3.2.2 Das Fernsehen

Die Fernsehauswertung lässt sich im allgemeinen in drei Auswertungsbereiche unterteilen da jeweils ein anderes Geschäftsmodell für die Auswertung der Inhalte in Verbindung mit den zu erwartenden Einnahmen vorliegt. Diese Bereiche umfassen das so genannte „Free-TV“, das „Pay-TV“ und das „Basic-TV“ Prinzip. Nicht jedes System eignet sich jedoch für eine Filmauswertung, da diese wiederum von einigen Faktoren abhängig ist. Andere bieten wiederum eine zusätzliche Plattform, wo durch sich mehrfach Geld erwirtschaften lässt.

3.2.2.1 Free-TV

Die Bezeichnung „Free-TV“ ist entstanden, da der Nutzer keinen Betrag für ein spezielles Programm oder spezielle Inhalte zahlt, sondern lediglich in manchen Ländern Rundfunkgebühren. Sender für die keine Rundfunkgebühren gezahlt werden müssen, sind Werbefinanziert. Die Hauptwerbeträger sind die Autoindustrie, Süße Nahrungsmittel und der Telekommunikationsbereich.

Dieses System stellt im Fernsehbereich einen der größten Finanzierer von Filmen dar. Gesendet werden pro Jahr mehrere tausend Filme und im Durchschnitt etwa 100 Eigenproduktionen. Dabei werden vom Sender weltweit Programm und Inhalte eingekauft, sowie eigene produzierte Inhalte mit einer Gewinnspanne zwischen 80-120% verkauft. Werden hierbei aber wieder die Betriebskosten abgezogen zeigt sich warum sich ein Sender nicht ohne Rundfunkgebühren oder Werbung finanzieren kann. Das gesendete Programm bei rein werbefinanzierten Sendern ist abhängig von der Wer-

⁶⁹ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 256 – 259, 275 - 276.

bungsmenge. Je weniger Firmen Fernsehwerbung schalten wollen, desto weniger Budget ist für den Einkauf und die Eigenproduktion von Inhalten verfügbar.⁷⁰

3.2.2.2 Pay-TV

Der Zuschauer, in dem Fall Abonnent erhält gegen Gebühr eine extra Box, einen bestimmten digitalen Schlüssel oder einen Decoder womit er das gesendete Programm des „Pay-TV“ Kanals entschlüsseln kann. Dieses Modell ist so aufgebaut, dass der Nutzer beim ersten Abonnement lediglich einen Teil der zur Verfügung stehenden Sendern und Inhalten freischaltet. Gegen einen Aufpreis erhält er erst die Freisschaltung auf weitere Kanäle. Diese Exklusivität ermöglicht Kinofilme früher und überwiegend Werbefrei ausstrahlen zu können und der Zuschauer bekommt sie so früher zu sehen, als der „Free-TV“ Nutzer.

Das „Pay-TV“ bietet im Vergleich zu anderen Modellen ein umfangreicheres Programm und setzt sich somit in der USA gegen das dort sehr lückenhafte „Free-TV“ durch, dass zudem noch durch viele Werbepausen unterbrochen wird. Ein Beispiel für einen „Pay-TV“-Sender, stellt der amerikanische Sender „HBO“ dar. Er sendet in landesweit Programmen ohne Werbebotschaften, bietet fremdsprachige Untertitel und sogar Programmsendungen rein in spanisch an. Der Sender produziert eigen konzipierte Serien die auch international an andere Verwertungsplattformen, darunter auch an das „Free-TV“ verkauft werden.⁷¹

3.2.2.3 Basic-TV

Diese Modell kann mit dem „Pay-TV“-Modell verglichen werden, da der Zuschauer auch in regelmäßigen Abständen zahlen muss. Bei diesem System, das in den USA als „Basic-TV“ bezeichneten wird, zahlt der Zuschauer aber für „Bundles“, die mehrere Satelliten und digitale Kabelkanäle eines Themas umfassen. Diese verstehen sich als sogenannte „Special-Interest-Programme“, sind aber nicht wie beim „Pay-TV“ fast überwiegend finanziert durch Werbeschaltung.

⁷⁰ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 306 – 307, 311 – 313.

⁷¹ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 298 – 301.

Der vom Zuschauer für das „Basic-TV“ gezahlte Betrag ist entsprechend niedriger, als bei anderen Modellen, jedoch machen beide Finanzierungsquellen das System zu einem Geschäftsmodell. Der Vorteil ist, dass die Zielgruppe leicht erreicht wird, weil der Zuschauer diese selbst wählen kann. Dieses Modell ist aber zu klein für Filme um damit einen möglichen Gewinn zu erwirtschaften, jedoch bietet es durchaus den großen TV Sendern Konkurrenz.⁷²

3.2.3 Bild- und Tonträger Medien

Der Porno-Industrie ist die Durchsetzung des VHS-Bandes, also der Videokassette zu verdanken. Diese verzeichnet 2005 noch einen Erlös von 50 Mio. Euro weltweit. Das durch dieses Medium entstandene Segment „Straight to Video“, dass dem Filmemacher eine direkte Videoveröffentlichung ohne eine vorher stehende Kinoauswertung ermöglicht, ist bei Produzenten sehr beliebt, aber nur in Europa erfolglos.

Die Einführung der DVD löst die VHS-Kassette als Bild- und Tonspeichermedium ab. Diese leidet jedoch unter den durch das Internet ermöglichten illegalen Downloads der Inhalte, kann aber im Vergleich zu Kinoauswertung einen Doppelten Umsatz erwirtschaften. Nur 37% des Gesamten DVD-Umsatzes sind Kinofilme, der Rest setzt sich zusammen aus TV-Produktionen oder eigens für die DVD produzierten Inhalte. Es zeigt sich also, dass dieses optische Speichermedium neue Geschäftsmodelle schafft, da sie vorallem auch vergleichsweise günstiger in der Herstellung ist, als die VHS-Kassette. Sie schafft ebenfalls neue Vertriebswege, wie den Verkauf in Drogeriemärkten und Tankstellen und ermöglicht so älteren Inhalten hohe Verkaufszahlen durch eine Neuauswertung.

Das durchschnittliche Alter der DVD-Käufer liegt bei 38 Jahren, der DVD-Mieter ist aber durchschnittlich nur 25 Jahre alt. Ähnlich wie bei einer Kinoauswertung, bei der 50% aller Kinogänger unter 29 Jahren alt sind, kann die Videothek mit ihren vergleichsweise jungen Besuchern 68% ihres Umsatzes nur durch die DVD erwirtschaften.

Die Herstellungskosten von einer DVD betragen um die 2 Euro, wobei ihr durchschnittlicher Verkaufswert bei 12 Euro liegt. Sie wird im Handel zwischen dem Maximalwert von 19,90 und einem Minimalwert 3,99 Euro angeboten. Von den Erlösen erhält der

⁷² vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 305 - 306.

Produzent je nach Verhandlung 0,25 Cent bis zu maximal 7 Euro. Meist liegt dieser Betrag aber nie über 4 Euro.

In seltenen Fällen steuert auch der DVD-Vertrieb einer Filmproduktion Budget zu, jedoch unter vergleichbaren Voraussetzungen wie sie bei dem „Presales“ System vorhanden sind. Eine besondere Gewichtung erfährt hier der Unique Selling Point, kurz USP, der die Einzigartigkeit der geplanten Produktion beschreibt. Bei dieser Finanzierung wird die Minimumgarantie zu dem Produktionsbudget hinzu gezählt.

Die Einführung der HD DVD und der BluRay, die eine höhere Auflösung als die DVD bieten, lösen diese in den Umsatzzahlen aber nicht ab. Das liegt vorallem daran, dass sich die BluRay gegenüber der HD DVD durchsetzt und für das Abspielen extra Geräte erforderlich sind.⁷³

3.2.4 Andere Verwertungsmedien

Neben den drei Hauptabsatzmärkten für einen Film, gibt es noch weitere Verwertungsmedien, die dem Film eine Plattform liefern. Diese lassen sich in 3 Haupt-Bereiche unterteilen. Das Video-on-Demand System, kurz VoD, das über das Internet und Mobile Geräte abrufbar ist. Das Merchandising zu dem auch Dienstleistungen und Computer- und Konsolenspiele zählen, sowie auch der Punkt Literatur- und Soundtrackvermarktung.

3.2.4.1 Video-on-Demand (VoD)

Nach der öffentlichen Freigabe des Internets, wird dieses im Filmbereich hauptsächlich für illegale Downloads genutzt. Dabei ist ein Download nicht gleich zu setzen mit einem Kinobesuch und damit einer verkauften Karte, aber die Branche rechnet, dass jeder 4., der einen Film illegal herunterlädt ohne diese Möglichkeit in das Kino gegangen wäre. Hierbei bedeutet das Downloaden von Filmen einen Umsatzeinbruch der Filmbranche, weswegen das Video-on-Demand System entwickelt wurde, das eine Internetauswertung eines Filmes ermöglicht.

⁷³ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 326 - 330.

VoD war dazu gedacht die DVD und die Videotheken zu ersetzen und 2010 einen weltweiten Umsatz von 4,4 Mrd. US-Dollar zu erzielen. Jedoch fiel dieser weit aus geringer mit nur 281 Mio. US-Dollar aus, was gerade einmal 0,1% des globalen Mediengeschäfts umfasst. Da dieses Verwertungsmodell über das Internet abgerufen werden kann und weltweit immer mehr Fernsehgeräte einen Internet Zugang ermöglichen oder lediglich eine Box benötigt wird dem Konsumenten neben dem Computer eine Plattform geboten Inhalte bequem von zuhause aus abzurufen.

Das System bietet hierbei wieder verschiedene Zahlungsmöglichkeiten an, da die abgerufenen Inhalte entweder einzeln, oder als monatliche Flatrate, wie es der VoD-Dienst „Watchever“ anbietet. Es gibt durchaus auch kostenlose Anbieter, die sich aber wiederum durch kurze Werbeschaltungen vor oder in den Inhalten finanzieren. Die Telekom bietet in Deutschland mit Hilfe einer Box, den ersten funktionierenden VoD-Service an. Jedoch beträgt der Blockbuster Anteil lediglich 8%, da oft kürzere Inhalte wie Serien vom Benutzer abgerufen werden. Vergünstigt angeboten werden Inhalte, die der Dienst umsonst erworben hat.

Auch eine Ausweitung auf Mobile Geräte wird versucht, die aber bisher ohne Erfolg bleiben, da dort nicht die benötigte Bildschirm Größe für die vorhanden Inhalte geboten wird. Dem wird durch die Produktion von Extra Formaten rein für Smartphones und Tablets entgegen gewirkt, wobei ein vergleichbares Modell, wie das eines TV Senders verfolgt wird. Jedoch findet auch diese neue Markterschließung zu wenig Abnehmer.⁷⁴

3.2.4.2 Merchandising

Das Wort „merchandise“ bedeutet übersetzt: Handel treiben. Beschrieben unter diesem Begriff ist die Vergegenständlichung von filmischen Elementen, wobei es sich nicht rein auf diesen Bereich der Medienbranche beziehen muss. Hierzu zählt aber nicht die Literatur- oder Soundtrackvermarktung, da diese zu anderen Medienbranchen und damit zu anderen Verwertungsformen gehören.

Geschichtlich gesehen hat Disney bereits in den 30er Jahren erste Merchandising Figuren von Mickey Mouse und Donald Duck herausgebracht. Der Filmemacher George Lukas, der die Merchandising Rechte von dem Studio für seinen Film „Star Wars“ (1978) einbehalten hat, verzeichnete durch den Verkauf von Figuren und Artikeln

⁷⁴ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 285 – 293, 318 – 319, 322, 354 – 355; und vgl. <http://www.watchever.de/>, Stand 07.0713

weitaus mehr Umsatz. Der Film selbst verzeichnete ein Einspielergebnis von 333 Mio. US-Dollar, der Verkauf der Merchandising-Artikel jedoch erwirtschaftete 1 Mrd. US-Dollar.

Heute werden nicht nur Gegenstände, sondern auch Dienstleistungen vermarktet, wie Veranstaltungen, Handyklingeltöne, Wallpaper und Games für den Computer oder die Konsole. Alles zusammen ergibt einen hohen Absatzmarkt. Allgemein betreiben 98% der ausgewerteten Filme kein Merchandising, da sich die Inhalte oft nicht eignen. Dagegen ist das Kindermerchandising bei dem Verkauf von Artikeln hier erfolgreicher, da sich Animierte oder gezeichnete Charaktere besser vermarkten lassen.

Der Produzent hat auf diesem Auswertungsweg die Möglichkeit zwischen zwei Modellen zu wählen. Das erste, das „Buy-Out“-Modell, spricht dem Produzenten einen festen Betrag unabhängig vom Gewinn zu, jedoch, besteht hier die Gefahr, dass der vom Hersteller erwirtschaftete Umsatz den festgesetzten Betrag weit übersteigt. Das zweite Modell ist ein Beteiligungsmodell, bei dem die Faustregel: „Je unkörperlicher die Leistung, desto höher der Gewinn“ gilt. Dazu zählen beispielsweise Handy-Wallpaper, die vergleichbar mit der Fertigung einer Figur, die sowohl Lagerung, als auch eine Verteilung für die unterschiedlichen Märkte benötigt, nur mit dem einfachen Arbeitsschritt der Programmierung abgeschlossen sind. Generell gilt, dass der Auslandsverkauf von Produkten und Dienstleistungen unter Betrachtung der aufgewendeten Kosten durchaus rentabel ist.⁷⁵

3.2.4.3 Literatur- und Soundtrackvermarktung

Bei einer Literaturvermarktung des verfilmten Stoffes in Form „Das Buch zum Film“ liegt der mögliche Verdienst des Produzenten bei 5 – 10% je nach Verhandlung von dem Bruttoladenverkaufspreis oder in manchen Fällen lediglich von dem Abgabepreis an den Händler, der bei 50% vom Ladenpreis liegt. Wird im Laden ein Rabatt auf das entsprechende Buch erlassen, sinkt dementsprechend die prozentuale Beteiligung. Die Buchvermarktung als „Buch zum Film“, ist vor allem als Hörbuch zu Kinderfilmen erfolgreich. Der Produzent erhält aber nur selten einen Vorschuss oder eine Minimumgarantie bei der Literatúrauswertung.

⁷⁵ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 345 - 349.

Die Soundtrackvermarktung versteht sich als so genanntes „Nebenrecht“ von dem überwiegend die Plattenfirma und die Musiker profitieren. Der Musiker erhält üblicherweise 10 - 17% vom HAP „Händler-Abgabe-Preis“, der wiederum wie bei der Literaturvermarktung aus ungefähr 50% des Listenverkaufspreises besteht. Hiervon zieht die Plattenfirma Kosten ab für den Auslandsverkauf, den Abverkauf von Sonderverkäufen, die Online-Verkäufe und 20 – 25% für die Erstellung und Pressung des reinen CD-Rohlings. Es ist also für Filmemacher finanziell eher unergiebig. Hierbei zahlt die Plattenfirma einen Vorschuss oder eine Minimumgarantie und benutzt für die Vermarktung als Gegenleistung die Marketing-Strategien des Verleihers.⁷⁶

3.3 Das Box Office

Das „Box Office“ bezeichnet in das Deutsche übersetzt „Kartenschalter“, oder „die Kinokasse“. Um die Bedeutung dieses Begriffes für die amerikanische Filmindustrie zu erklären, ist der Begriff „Box Office Bomb“, der allgemein bezeichnete „Flop“, der den finanziellen Misserfolg eines Films bezeichnet und der Begriff „Box Office Success“, der einen so genannten Kassenschlager betitelt, maßgebend.

Die Webseite *www.boxofficemojo.com*, die 1999 von dem Filmanalyst Brandon Gray gegründet und 2008 von *www.imdb.com* aufgekauft wurde, bietet neben den Produktionskosten Aufschluss über den Bruttoerlös eines Filmes. In der Anfangszeit des Kinos werden lediglich Besucherzahlen datiert. Um aber zu berechnen welches Einspielergebnis erzielt wurde, wird anhand des durchschnittliche Kinokartenpreises zu dieser Zeit der Bruttoerlös eines Films ermittelt. Dieser Dienst umfasst lediglich die reine Kiniauswertung und unterteilt in inländische und weltweite Bruttoerlöse. Dabei umfasst die inländische Datierung sowohl den Auswertungsmarkt der USA, als auch in manchen Fällen den kanadischen Absatzmarkt.⁷⁷

⁷⁶ vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 341 - 345.

⁷⁷ vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm>, Stand 30.06.13; und vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/?ref=ft>, Stand 30.06.13

3.3.1 Stanley Kubrick – Box Office

Die Folgende Abhandlung umfasst sieben Filme die von Stanley Kubrick realisiert wurden. Analysiert werden die Produktionskosten und der eingespielte Brutto Gewinn. Hierbei wird zwischen den Einspielergebnissen im amerikanischen Raum und den weltweiten Einspielergebnissen unterschieden. Diese Analyse der Daten umfasst lediglich den Filmemacher Stanley Kubrick, der als Regisseur für den finanziellen Erfolg oder Verlust eines Films steht. Ausgeschlossen wird die Betrachtung des Bekanntheitsgrades der jeweiligen Besetzung und der damit verbundenen Wahrscheinlichkeit eine prozentuale Auswirkung auf die Einspielergebnisse eines Filmes zu haben. Es wird also nicht aufgezeigt, welcher Darsteller zu welchem Prozentsatz an den jeweiligen Einspielergebnissen verantwortlich ist.

Stanley Kubrick Box Office - Gesamt

Filme	Produktionskosten	Box Office Gesamt (Brutto)
7	\$ 121.300.000	\$ 297.389.297

Tabelle 1: Stanley Kubrick. Box Office – Zusammenfassung

Stanley Kubrick Box Office - Einzel

Film	Datum der Veröffentlichung	Produktionskosten	Box Office USA (Brutto)	Box Office Weltweit (Brutto)
Spartacus	07/10/1960	\$ 12.000.000	\$ 30.000.000	\$ 60.000.000
Lolita	01/01/1962	\$ 2.000.000	\$ 9.250.000	Angabe fehlt
Dr. Strangelove	29/01/1964	\$ 1.800.000	\$ 9.164.370	Angabe fehlt
2001: A Space Odyssey	02/04/1968	\$ 10.500.000	\$ 56.700.000	\$ 68.700.000
Barry Lyndon	01/01/1975	\$ 11.000.000	\$ 20.000.000	Angabe fehlt
The Shining	23/05/1980	\$ 19.000.000	\$ 44.017.374	Angabe fehlt
Eyes Wide Shut	16/07/1999	\$ 65.000.000	\$ 55.691.208	\$ 86.257.553

Tabelle 2: Stanley Kubrick. Box Office – Einzelauflistung⁷⁸

78 vgl. <http://www.the-numbers.com/person/80270401-Stanley-Kubrick>, Stand 30.06.13

Durch die Inflation, verändert sich der Preis einer Kinokarte, das Box Office jedoch datiert die erwirtschafteten Erlöse des jeweiligen Jahres der Veröffentlichung, ohne die Inflation mit ein zu berechnen. Anhand der durchschnittlichen Kinokartenpreise im Jahr der Veröffentlichung, lässt sich aus dem Brutto Verdienst des jeweiligen Filmes die Anzahl der Besucher ermitteln.⁷⁹

Stanley Kubrick Box Office - Besucherzahlen

Film	Datum der Veröffentlichung	Durchschnittspreis einer Kinokarte	Besucherzahlen USA (Gerundet)	Besucherzahlen weltweit (Gerundet)
Spartacus	07/10/1960	\$ 0,69	43.478.261	86.956.522
Lolita	01/01/1962	\$ 0,70	13.214.286	<i>Angabe fehlt</i>
Dr. Strangelove	29/01/1964	\$ 0,93	9.854.161	<i>Angabe fehlt</i>
2001: A Space Odyssey	02/04/1968	\$ 1,31	43.282.443	52.442.748
Barry Lyndon	01/01/1975	\$ 2,05	9.756.098	<i>Angabe fehlt</i>
The Shining	23/05/1980	\$ 2,69	16.363.336	<i>Angabe fehlt</i>
Eyes Wide Shut	16/07/1999	\$ 5,09	10.941.298	16.946.474
Durchschnitts Besucherzahl pro Film:			20.984.269	29.361.946

Tabelle 3: Stanley Kubrick. Box Office – Besucherzahlen⁸⁰

Diese Auflistung zeigt, dass der Film „Spartacus“ weltweit die meisten Zuschauer in die Kinos locken konnte, dicht gefolgt von „2001: A Space Odyssey“. Das Schlusslicht mit den wenigsten Besuchern bildet der Historienfilm „Barry Lyndon“.

⁷⁹ vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm>, Stand 30.06.13; und vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/?ref=ft>, Stand 30.06.13

⁸⁰ vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm>, Stand 30.06.13

3.3.2 Steven Soderbergh

Der Filmmacher, Autor und Produzent Steven Soderbergh, der Filme wie „Traffic“ (2000), „Erin Brockovich“ (2000), „Ocean's Eleven“ (2001), „Solaris“ (2002) und „Magic Mike“ (2012) für den Weltmarkt realisiert hat, hält am 27. April 2013 eine Rede auf dem 56th San Francisco International Film Festival, über das System der amerikanischen Filmindustrie. Er bittet zu Anfang darum, dass seine Rede nicht aufgezeichnet wird, jedoch wird der Inhalt von Hörern zusammengetragen und letztendlich veröffentlicht.⁸¹

Soderbergh beschreibt zu Anfang seine eigenen Erfahrungen mit der amerikanischen Filmindustrie anhand der Sportart Baseball: "Als ich aufstieg, erschien es mir, einen unabhängigen Film zu drehen und damit ein Publikum zu erreichen wäre so, als müsste man einen Baseball mit einem Schläger in der Luft treffen. Heute erscheint mir das Filmgeschäft so, als müsste man einen Baseball in der Luft treffen - aber mit einem anderen Baseball."⁸² Auf welcher Grundlage er diese Behauptung aufstellt erklärt Soderbergh anhand von Zahlen.

Er spricht von einer Vergrößerung des Independent-Film Bereichs zwischen 2003 und 2013, der in den USA von 275 auf 549 Filme pro Jahr gestiegen ist. Er vergleicht damit im selben Zeitraum die Veröffentlichungen der Studios, die laut seiner Aussage um 28 Prozent von jährlich 180 auf 128 Filme zurückgegangen sind. Es wirkt, als ob der Independent- oder auch Indie-Film genannt gegenüber den Studios in Hollywood dominiert, jedoch haben die Studios durch diese Reduzierung ihren Marktanteil von 69 auf 76 Prozent steigern können. Das Ziel ist mit weniger Filmen mehr Geld zu machen und damit höhere Marktanteile zu erreichen.⁸³

Warum es hier nicht zu einer Verschiebung der Marktanteile kommt erklärt Steve Soderbergh anhand von zwei Beispielen sowohl aus dem Indie-, als auch aus dem Studio gebundenen Filmbereich. Er stellt die Behauptung auf, dass ein Film, der 10 Mio. US-Dollar gekostet hat, mindestens 140 Mio. US-Dollar einspielen muss um keinen Verlust zu machen. Soderbergh rechnet vor und setzt die nationalen Werbekosten auf eine Höhe von 30 Mio. US-Dollar. Den selben Betrag setzt er für die internationalen Werbekampagnen ein. Der Vertrieb der Filme kostet die bereits angehäuften Summe von 70 Millionen Dollar, so dass am Ende ein mit 10 Mio. US-Dollar budgetierter Film vor der Aufgabe steht, das 14-fache seines Budgets einspielen zu müssen. Anders ist

81 vgl. <http://www.deadline.com/2013/04/steven-soderbergh-state-of-cinema-address/>, Stand 30.06.13

82 vgl. <http://www.spiegel.de/kultur/kino/cannes-2013-steven-soderbergh-ueber-die-zukunft-des-kinos-a-899557.html>
Stand 30.06.13

83 vgl. <http://www.deadline.com/2013/04/steven-soderbergh-state-of-cinema-address/>, Stand 30.06.13

die Produktionen der Studios, die 100 Mio. US-Dollar kosten, aber das selbe Werbebudget für den weltweiten Markt einsetzen. Somit steht der Film laut Soderbergh vor der Aufgabe mindestens 320 Mio. US-Dollar einzuspielen, was lediglich das dreifache der Produktionskosten darstellt und den Studio-Bossen daher realisierbarer als der Indie-Film erscheint. Eine Aussage über die projektbedingte Höhe der Werbekosten und einem möglichen dazu stehenden Verhältnis der Besucherzahlen, trifft er aber nicht.⁸⁴

Laut der Aussage von Steve Soderbergh lässt sich folglich eine Formel für die weltweite Vermarktung eines Filmes aufstellen. Die Variable x_{USA} bezeichnet die Kosten, die in den USA für Werbung aufgewendet werden. Die Variable y bezeichnet die Produktionskosten eines Filmes und z das Gesamteinspielergebnis, das ein Film bei einer Kinoauswertung mindestens einspielen muss um keinen Verlust zu verzeichnen. Die reinen Verwertungskosten werden durch $z - y$ beschrieben.

Soderbergh geht davon aus, dass die Vertriebskosten eines Filmes im direkten Verhältnis zu den Werbekosten stehen, sowie dass die Werbekosten für eine weltweite Auswertung $X_W = x_{USA} * 2$ darstellen, woraus sich folgende Formel ergibt:

$$z = ((x_{USA} * 2) + y) * 2 \quad (1)$$

Mit der Formel von Steve Soderbergh lässt sich anhand des in Kapitel 3, Abschnitt 3 erwähnten Films „John Carter“ berechnen, warum der von Disney produzierte Film, allgemein als „Flop“, oder als „Box Office Bomb“ gilt, obwohl die Produktionskosten 250 Mio. US-Dollar betragen und der Film ein Einspielergebnis von 283 Mio. US-Dollar zu verzeichnen hat.⁸⁵

84 vgl. <http://www.deadline.com/2013/04/steven-soderbergh-state-of-cinema-address/>, Stand 30.06.13

85 vgl. <http://www.spiegel.de/kultur/kino/cannes-2013-steven-soderbergh-ueber-die-zukunft-des-kinos-a-899557.html>, Stand 30.06.13

3.3.3 Die „Box Office Bomb“ und der „Box Office Success“

Für die amerikanische Filmindustrie wird bei der Kinoauswertung zwischen der „Box Office Bomb“, dem so genannten „Flop“ und dem „Box Office Success“ unterschieden. Vergleicht man die Filme von Stanley Kubrick nach Produktionskosten und Einspielergebnissen, so zeigt sich auf den ersten Blick, dass jeder dieser Filme einen Gewinn erwirtschaftet hat. Durch die Kinoauswertung allein sind die Produktionskosten von jedem seiner Projekte gedeckt. Das „Box Office“ datiert aber nicht nur die Kosten die ein Verleiher oder Vertrieb für eine Vermarktung und Auswertung eines Filmes auf sich nehmen muss. Das Folgende Rechenbeispiel von zwei Kubrick Filmen soll mit der Formel von Steve Soderbergh zeigen, was finanzieller Erfolg oder Misserfolg in Zahlen ausgedrückt bedeutet.

Von Kubrick geplant war den Film „Napoleon“ nach „2001“ zu produzieren, als dieser aber nicht finanziert wird, wendet sich Stanley dem Projekt „Barry Lyndon“, ebenfalls ein Historienfilm zu, der als Misserfolg gilt. Um anhand von Zahlen aufzuzeigen warum dieser Film allgemein als „Flop“ gilt, ist es vorweg nötig die Wahrscheinlichkeit des weltweiten Bruttoerfolgs, anhand der vorhandenen Zahlen mit folgender Formel zu rechnen:

$$\frac{\text{Box Office weltweit ohne USA}}{\text{Box Office USA}} * 100 \quad (2)$$

Addiert man den weltweiten rein Erlös der Filme „Spartacus“, „2001: A Space Odyssey“ und „Eyes Wide Shut“, abzüglich des Erlöses der in Amerika erwirtschaftet wurde und teilt diesen Betrag durch den Bruttogewinn der USA, erhält man die Wahrscheinlichkeit, die ein Film von Stanley Kubrick voraussichtlich bei einer Auswertung außerhalb von Amerika durchschnittlich erwirtschaftet. Bei dieser Rechnung erhält man das Ergebnis 51%, womit sich errechnen lässt, wie viel „Barry Lyndon“ voraussichtlich weltweit eingespielt hat.

Wendet man nun Steven Soderberghs Formel auf die Filme „2001: A Space Odyssey“ und „Barry Lyndon“ an und geht davon aus, dass die Werbekosten in der USA 2013 30 Mio. US-Dollar betragen, so zeigt sich unter Berücksichtigung der Inflation folgendes Ergebnis:

Box Office Success/ Box Office Bomb

Film	Werbekosten in der USA	mind. zu erwirtschaftender Betrag	Box Office Weltweit	Gewinn/ Verlust
2001: A Space Odyssey	\$ 4.481.740	\$ 38.926.960	\$ 68.700.000	Gewinn
Barry Lyndon	\$ 6.928.670	\$ 49.714.680	\$ 30.200.000	Verlust

Tabelle 4: Box Office Success/ Box Office Bomb

Die Rechnung von Steve Soderbergh belegt also die vorweg gestellt Behauptung, dass „Barry Lyndon“ finanziell als „Box Office Bomb“ gewertet wird. Im Vergleich hierzu steht der Science-Fiction Film „2001“ der laut dieser Rechnung als „Box Office Success“ gilt.

4 Stanley Kubricks „Napoleon“

Der erste Film, der dem Feldherren und Kaiser Napoléon gewidmet war, wurde 1897 von Louis Lumière realisiert. Die Regie übernimmt Eugène Promio und das Projekt mit einer Länge von einer Minute, trägt den Titel „L'entrevue de Napoléon et du Pape“, wo der stürmische Napoléon mit dem Papst Pius VII zusammen trifft. Weitere Filme folgen und Stanley Kubrick sagt 1969 in einem Interview, dass er selbst versucht hat jeden Film, der je zu diesem Thema gemacht wurde zu sehen, aber keinen davon beeindruckt fand. „Kürzlich sah ich den Film von Abel Grance [...] und fand ihn wirklich fürchterlich.“⁸⁶

1998 erscheint das Buch „Napoléon et la cinéma“, in dem mehr als tausend Filme, die sich mit dem Feldherren befassen, aufgelistet sind. Darunter befinden sich viele Kurzfilme und schätzungsweise 140 Langspielfilme. „Zahlreich sind auch die Regisseure, die Napoleon auf die Leinwand gebracht haben: Feuillade, Grance, Ford, Curtiz, Guitry, Walsh, Brown, Borzage, Mann, Bondartschuck, Wajda, Kawalerowicz, Coster, Woody Allen, Vidor, Reed... Stanley Kubrick hätte seinen Platz unter ihnen einnehmen sollen.“⁸⁷

Die Umsetzung dieses Projektes scheitert, jedoch hinterlässt Kubrick nach seinem Tod viele Aufzeichnungen über seine Recherche, sowie ein ausgearbeitetes Drehbuch. Diese Unterlagen umfassen unter anderem Schriftwechsel zwischen diversen Kostümstudien, mit dem Historiker Felix Markham, mit Filmstudios und Schauspielern. Ein umfangreiches Fotoarchiv, das Kostüme, Drehorte, französische Militärmaschinerie, sowie Gemälde abbildet. Es wurde eine auf den Tag genaue Auflistung von etwa 40 Personen, die mit Napoléon in Berührung gekommen sind, oder sich in dessen Umfeld befanden auf Karteikarten angefertigt, die Stanley bei der Drehbucharbeit helfen sollten. Zu guter Letzt sind noch sowohl Handgeschriebene, als auch maschinell erstellte Notizen zu sämtlichen Produktionsschritten, inklusive der Kalkulation, unter der Fülle des Materials vorhanden.⁸⁸

86 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 983

87 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 1041

88 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 983, 985 – 987, 974, 1041

„Legendär wurde Kubricks Vorbereitung für dieses Projekt. Kein anderer seiner Filme hat schon in der Vorarbeit so viel Zeit - und Geld! - gekostet, keiner hat so viel Material erzeugt, wie „Napoleon“.“⁸⁹ Stanley Kubrick begründet seine Motivation, das Leben des Feldherren in einem Film zu thematisieren, indem er einen Vergleich aufstellt. „Napoleon fasziniert mich.[...] Die Welt von heute ist ganz konkret ein Ergebnis von Napoleons Wirken, ebenso wie die politische und geografische Landkarte[...] das Ergebnis des zweiten Weltkrieges ist.“⁹⁰

4.1 Das Drehbuch

„Ein Drehbuch ist eine in Bildern erzählte Geschichte“⁹¹ Es handelt sich hierbei um eine literarische Form, in der Personen, die sich an gewissen Orten aufhalten irgendeine Art von Aufgabe erledigen. Das durchschnittliche Drehbuch umfasst 120 Seiten, das, wenn wir davon ausgehen, dass eine Seite eine Spielminute bedeutet, es stellvertretend für einen Film von 120 Minuten Länge steht. Der grundlegende Teil eines Drehbuches ist in drei Teile zu unterteilen, die hier als Akt gekennzeichnet werden:

1. **Akt, die Einleitung:**

Von der durchschnittlichen Drehbuchlänge ausgegangen umfasst die Einleitung, oder die Exposition 30 Seiten, wobei der Zuschauer hier bereits unterbewusst entscheidet, wie und ob ihm der Film gefällt. Eine besondere Gewichtung erfahren hier die ersten 10 Seiten, auf denen ersichtlich werden muss wer die Hauptperson ist, wovon die Geschichte handelt und welche Situation vorliegt. Das Ende des 1. Aktes wird durch einen so genannten Plot Point gekennzeichnet, wo im Drehbuch etwas passiert, dass die Geschichte in eine andere Richtung lenkt. Das passiert hier zwischen Seite 25 – 27.

2. **Akt, der Hauptteil:**

Die hier beschriebene Handlung spielt sich üblicherweise zwischen Seite 30 – 90 ab und wird auch als Konfrontation bezeichnet. In diesem Drehbuchabschnitt wird das Bedürfnis der Hauptfigur herausgearbeitet, die sich daraufhin mit Hindernissen auseinander setzen muss. Das wird als dramatischer Ablauf

89 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 976

90 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 61

91 vgl. SYD FIELD: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film . 7. Auflage 2000. Seite 11

der Geschichte bezeichnet. Auch dieser Akt wird, wie die Exposition, mit einem weiteren Plot Point beendet, der sich üblicherweise zwischen Seite 85 – 90 abspielt. Dieser leitet den 3. Akt und damit die Auflösung ein.

3. **Akt, der Schluss:**

Der Schluss, oder die Auflösung spielt sich auf den letzten 30 Seiten eines Drehbuches ab. Hierbei wird klar, ob die Hauptfigur gewinnt oder scheitert, ob sie überlebt oder stirbt. Das hierbei erzeugte Gefühl entscheidet, wie der Zuschauer den Film verlässt.

Diese drei beschriebenen Abschnitte eines Drehbuchs stehen lediglich für den Durchschnitt, wie die Seitenanzahl von dem Drehbuch „Napoleon“ und die daraus errechneten Spiellänge belegen.⁹²

Das Drehbuch, das von Stanley Kubrick, basierend auf der Napoléon-Biografie von dem Historiker Felix Markham, geschrieben wurde umfasst in der Fassung vom 29. September 1969, 186 Seiten, die nach üblicher Drehbuchformatierung lediglich 148 Seiten ergibt. Diese würden eine Spiellänge von 200 Minuten ergeben, also keiner herkömmlichen Spielfilmlänge. Kubrick, der erst mit der Idee gespielt hat das Projekt in einem Zweiteiler mit je drei Stunden Länge, zu verfilmen, setzt die voraussichtliche Spieldauer einer vorher stehenden Drehbuchversion in seinen Produktionsnotizen auf 180 Minuten an und schreibt nach einer 1972 erstellten Kalkulation, dass der Film 3 Stunden nicht überschreiten wird.⁹³

Das Drehbuch von Stanley Kubrick ist in 15 Kapitel unterteilt, die jeweils einen Lebensabschnitt Napoléons beleuchten und je 12 Minuten Spiellänge beanspruchen sollen. Gehen wir von der Drehbuchformatierung von Kubrick mit 186 Seiten aus, so befindet sich der erste Plot Point beziehungsweise der erste Wendepunkt etwa zwischen Seite 38 – 42 und leitet den Hauptteil ab Seite 47 ein. Der 2. Plot Point spielt sich also folglich zwischen den Seiten 132 – 140 ab und leitet die Auflösung ein. Nach einem Blick in das Drehbuch stellen wir fest, dass sich der 1. Wendepunkt hier kurz nach der Hochzeit von Napoléon und Josephine abspielt, nachdem beide getrennt werden und er daraufhin in den Krieg zieht. Der 2. Wendepunkt beschreibt den Beginn des Russlandfeldzugs und leitet damit auch das Ende der Napoleonischen Herrschaft ein.⁹⁴

92 vgl. SYD FIELD: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film . 7. Auflage 2000. Seite 11 – 13

93 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 588, 649 – 651, 978

94 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 379, 690 – 696, 784 – 792, 1013

Robert Gaffney, der bereits an „2001: A Space Odyssey“ mitgearbeitet hat, ließ eine unvollendete Version des Drehbuchs und sagt 1969 darüber: „Das Drehbuch ist, obgleich noch nicht ganz fertig gestellt, eines der besten, die ich je gelesen habe und daraus wird sicherlich Stanley Kubricks großartigster Film werden.“⁹⁵ Kubrick selbst will aber das Drehbuch 1971, aufgrund neuer Ideen wieder verändern und denkt sogar über eine Zusammenarbeit mit einem Autor nach.⁹⁶

4.2 Das Scheitern des Projektes

Die Zeitung „New York Post“ veröffentlicht am 19. Juli 1968 einen Artikel, in dem bekannt gegeben wird, dass Stanley Kubrick an einem Projekt über das Leben von Napoléon Bonaparte arbeitet und die Dreharbeiten in den MGM Studios in England voraussichtlich im Folgejahr beginnen werden. Darauf folgen weitere Artikel bis am 09. August 1968 ein Artikel in der Zeitung „What's On“ veröffentlicht wird, der das Projekt des russischen Regisseurs Sergei Bonarchuk, sowie das des Regisseurs Bryan Fobes beschreibt, die beide ebenfalls an einem Film über das Leben von Napoléon arbeiten.

Als MGM Vorsitz Robert O'Brien durch Louis Polk ersetzt wird, dreht dieser dem Projekt den Finanz Hahn zu. Am 4. Januar 1969 schreit die Zeitung „The Times“, dass sich Stanley Kubrick und MGM einvernehmlich trennen, aber dass die Kontrolle über das Projekt bei Kubrick selbst bleibt. Die Absage des Projektes wird dadurch begründet, dass es bereits zwei weitere Napoléon Projekte gibt. Nur gerade mal 11 Tage darauf schreibt die „Variety“, dass nun United Artists die Finanzierung des Filmes übernimmt, wobei hier die Absage von MGM mit zu hohen Budgetanforderungen begründet wird.⁹⁷

UA tritt aber auch kurz darauf von dem Film zurück, da sie durch die Übernahme der Transamerica Corporation 45.000.000 US-Dollar Verlust zu verzeichnen haben. Als 1971 der Film „Waterloo“ von Sergei Bondartschuk über Napoleon erscheint und ein finanzieller Misserfolg wird, hat Kubrick aufgrund seiner hohen Produktionskosten keine Möglichkeit mehr eine Finanzierung zu bekommen. Des weiteren erschwert die Pro-

95 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 978

96 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 588, 978 und vgl. <http://www.lettersofnote.com/2011/01/i-expect-to-make-best-movie-ever-made.html>, Stand 30.06.13

97 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 535 - 541

duktions- und Absatzkrise in Hollywood, Anfang der siebziger Jahre, die Umsetzung von hoch budgetierten Projekten.⁹⁸

4.2.1 “Napoleon” – Eine Hochrechnung

Stanley Kubrick schreibt am 20. Oktober 1971 einen Brief, in dem er das „below-the-line“ Budget von „Napoleon“ auf 5 Mio. US-Dollar festlegt. Das variable „above-the-line“ Budget fasst er zusammen mit Kosten für den Hauptdarsteller in „Napoleon“, ihn selbst, sowie Verpflichtungen gegenüber MGM und United Artists. Die weiteren Darsteller sollen nicht mit Stars besetzt und auch dementsprechend abgegolten werden. Eine genaue Angabe dieser Kosten werden hier nicht gemacht. 1980 gibt Kubrick in einem Gespräch mit dem Journalisten John Hofsess an, dass der Film aufgrund der Inflation nun 50 bis 60 Mio. US-Dollar kosten würde. In der nachstehenden Analyse werden nur die 1971 angegebenen „below-the-line“ Kosten berücksichtigt. Die Kosten für die Vorarbeit werden hier nicht berücksichtigt, da diese auch nicht klar definiert sind und von Stanley Kubrick lediglich in einer Notiz erwähnt werden, wobei er schätzt, dass 75,000 US-Dollar nicht überschritten werden.⁹⁹

4.2.1.1 Box Office

Anhand der bis zu diesem Zeitpunkt entstandenen Filme, wird ein prozentualer Durchschnitt ermittelt, der aufzeigen soll, ob „Napoleon“ unter Stanley Kubrick und unter der Formel von Steven Sonderbergh finanziell erfolgreich hätte sein können. Dazu wird aufgezeigt, zu wie viel Prozent die Person Kubrick als Regisseur in Relation mit dem weltweit erwirtschafteten Erlös seiner Filme steht. Da bei dem Film „Lolita“ und „Dr. Strangelove“ die Box Office Zahlen der weltweiten Auswertung fehlen, werden diese mit der Wahrscheinlichkeit 51% errechnet. Um die prozentuale Wertsteigerung zu ermitteln, werden die aufgewendeten Kosten und die weltweiten Erlöse wie folgt gegenüber gestellt:

98 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 61 - 62, 77; vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 21 – 22; und vgl. TANJA NADINE ERTTEL: Globalisierung der Filmwirtschaft. 2001. Seite 102

99 vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 588, 983; und vgl. <http://www.lettersofnote.com/2011/01/i-expect-to-make-best-movie-ever-made.html>, Stand 30.06.13

$$\frac{\text{Box Office weltweit}}{\text{Produktionskosten}} * 100 \quad (3)$$

Wertsteigerung

Filme	Produktionskosten Gesamt	Box Office weltweit Gesamt	Wertsteigerung in %
4	\$ 26.300.000	\$ 156.505.699	595 %
7	\$ 121.300.000	\$ 339.429.487	280 %

Tabelle 5: Wertsteigerung

Durch diese Berechnung wird also davon ausgegangen, dass allein die Regie von Stanley Kubrick bei seinen Filmen durchschnittlich für 595% Wertsteigerung steht. Diese Zahl variiert jedoch von Projekt zu Projekt, was die Wertsteigerung nach sieben Filmen bei 280% zeigt. Hierbei werden Besetzung, Genre und der Bekanntheitsgrad der verfilmten Literatur nicht berücksichtigt.

Anhand dieses Ergebnisses lässt sich der weltweite Betrag ermitteln, den „Napoleon“ wahrscheinlich erwirtschaftet hätte. Da dieses Projekt bis jetzt nicht realisiert wurde, stellt sich die Frage, ob Kubrick allein als Regisseur in der Lage gewesen wäre einen erfolgreichen Film zu drehen. Dazu wird auf die „below-the-line“ Kosten die Formel

$$z = ((x_{USA} * 2) + y) * 2 \quad (4)$$

von Steve Sonderbergh, unter der Berücksichtigung der Inflation und der Annahme, dass die Werbekosten in den USA 2013 30 Mio. US-Dollar betragen angewendet und man erhält man folgendes Ergebnis:

„Napoleon“ anhand der Wertsteigerung

Film	Datum	Produktionskosten	mind. zu erwirtschaftender Betrag	Box Office Weltweit (Brutto)
Napoleon	1971	\$ 5.000.000	\$ 30.863.280	\$ 29.753.935

Tabelle 6: „Napoleon“ anhand der Wertsteigerung

Diese Hochrechnung zeigt, dass Stanley Kubrick nicht allein in der Lage gewesen wäre einen Gewinn zu erwirtschaften. Die Differenz zu dem benötigten Wert ist aber dennoch sehr gering. Werfen wir nun einen Blick auf die durchschnittlichen Besucherzahlen eines Kubrick Films und rechnen mit dem durchschnittlichen Kinokartenpreis von 1971, da der Film kein Veröffentlichungsdatum besitzt, erhalten wir folgendes Ergebnis.

„Napoleon“ anhand der Besucherzahlen

Film	Datum	Kinokartenpreis	mind. zu erwirtschaftender Betrag	Box Office Weltweit (Brutto)
Napoleon	1971	\$ 1,65	\$ 30.863.280	\$ 48.447.211

Tabelle 7: Box Office „Napoleon“ anhand der Besucherzahlen¹⁰⁰

Dieser Ansatz zeigt, dass es durchaus möglich gewesen wäre einen Gewinn zu erwirtschaften. Diese Hochrechnungen, basierend auf Wahrscheinlichkeiten, geben einerseits Aufschluss darüber, dass Stanley Kubrick nicht als Person allein für den finanziellen Erfolg seiner Filme verantwortlich ist, sondern dass eine Beeinflussung des Ergebnisses durch mehrere Faktoren zu Stande kommt, und andererseits, dass es sich nicht errechnen lässt, ob ein Film finanziell erfolgreich wird oder nicht. Die „above-the-line“-Kosten, sowie die Besetzung und das verfilmte Thema beeinflussen diese Wahrscheinlichkeit.

Der in Punkt 3.3.2 errechnete finanzielle Misserfolg von „Barry Lyndon“ (1975) belegt dass diese Punkte durchaus eine Auswirkung auf die Einspielergebnisse eines Filmes haben. Rechnen wir mit den Wertsteigerungen von 595% und 280%, dann erhalten wir folgende Ergebnisse.

„Barry Lyndon“ anhand der Wertsteigerung

Film	mind. zu erwirtschaftender Betrag	Box Office Weltweit	595 %	280 %
Barry Lyndon	\$ 49.714.680	\$ 30.200.000	\$ 65.450.000	\$ 30.778.000

Tabelle 8: „Barry Lyndon“ anhand der Wertsteigerung

¹⁰⁰ vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm>, Stand 30.06.13

Aufgrund der bis zu diesem Film bestehenden durchschnittlichen Wertesteigerung von 595%, hätte der Film „Barry Lyndon“ einen Gewinn erwirtschaften müssen. Die Gesamte durchschnittliche Wertesteigerung, die bei 280% liegt, belegt wiederum gegenteiliges und nährt sich dem mit der Wahrscheinlichkeit von 51% errechnetem weltweitem Einspielergebnis des Films an.

4.2.1.2 Besucherzahlen und Spielfilmlänge

Bei dieser Analyse werden die Besucherzahlen gegenüber der Spielfilmlänge der realisierten Projekte von Stanley Kubrick gestellt und es wird versucht herauszufinden ob und in welchem Verhältnis diese zu einander stehen, um eine Aussage über „Napoleon“, der 180 Minuten lang werden sollte, zu treffen. Hierbei werden auch die Filme berücksichtigt, für die keine Angaben zu Besucherzahlen existieren. Die folgende Tabelle ist wie die in Punkt 2.1 aufgelistete Filmografie von Stanley Kubrick unterteilt.¹⁰¹

Stanley Kubrick – Besucherzahlen und Spielfilmlänge Gesamt

Filme	Länge in Minuten	Durchschnittliche Besucherzahl
Gesamt	125,4 Min.	29.361.946
1. - 2.	66 Min.	Angabe fehlt
3. – 7.	123,2 Min.	36.674.990
8. - 13.	147 Min.	23.877.164

Tabelle 9: Box Office „Napoleon“ anhand der Besucherzahlen Gesamt¹⁰²

Aufgrund dieser Unterteilung und unter Betrachtung der durchschnittlichen Länge, sowie der durchschnittlichen Besucherzahlen, lässt sich vermuten, dass die Anzahl der Besucher abhängig von der Anzahl der Spielminuten ist. Die zwei beschreibenden Wendepunkte von dem Originalskript zur Literaturadaption und von der konventionellen zur audiovisuellen Erzählweise, drücken sich auch in der durchschnittlichen Spielfilmlänge aus.¹⁰³ Würde man dem hieraus resultierenden Leitsatz, je kürzer, desto mehr

¹⁰¹ vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 379

¹⁰² vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm>, Stand 30.06.13

¹⁰³ vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 9 - 10

Besucher folgen, würde das für den Film „Napoleon“ bedeuten, dass er bei einer Länge von 180 Minuten weitaus weniger als 23 Mio. Zuschauer in die Kinos locken würde. Betrachten wir aber jeden Film einzeln im Vergleich mit den Besucherzahlen, so zeigt sich folgendes Ergebnis:

Stanley Kubrick – Besucherzahlen und Spielfilmlänge

Film	Datum der Veröffentlichung	Länge in Minuten ¹⁰⁴	Besucherzahlen USA (Gerundet)	Besucherzahlen weltweit (Gerundet)
1. Fear and Desire	01/01/1953	68 Min.	Angabe fehlt	Angabe fehlt
2. Killer's Kiss	01/01/1955	64 Min.	Angabe fehlt	Angabe fehlt
3. The Killing	01/01/1956	85 Min.	Angabe fehlt	Angabe fehlt
4. Paths of Glory	01/01/1957	86 Min.	Angabe fehlt	Angabe fehlt
5. Spartacus	07/10/1960	198 Min.	43.478.261	86.956.522
6. Lolita	01/01/1962	152 Min.	13.214.286	Angabe fehlt
7. Dr. Strangelove	29/01/1964	95 Min.	9.854.161	Angabe fehlt
8. 2001: A Space Odyssey	02/04/1968	141 Min.	43.282.443	52.442.748
9. A Clockwork Orange	01/01/1971	137 Min.	Angabe fehlt	Angabe fehlt
10. Barry Lyndon	01/01/1975	187 Min.	9.756.098	Angabe fehlt
11. The Shining	23/05/1980	142 Min.	16.363.336	Angabe fehlt
12. Full Metal Jacket	01/01/1987	116 Min.	Angabe fehlt	Angabe fehlt
13. Eyes Wide Shut	16/07/1999	159 Min.	10.941.298	16.946.474

Tabelle 10: Stanley Kubrick – Besucherzahlen und Spielfilmlänge¹⁰⁵

Klar zu erkennen ist, dass der längste Film, „Spartacus“, auch die meisten Besucherzahlen verzeichnet. „Barry Lyndon“ hingegen mit einer Spiellänge 187 Minuten schreibt die wenigsten Besucherzahlen, obwohl sich die Gesamtspiellänge nur um 11 Minuten mit dem längsten und gleichzeitig meist besuchten Film unterscheidet. Auch „2001“ mit einer Gesamtspiellänge von 152 Minuten und den 2. höchsten Besucherzahlen gibt

¹⁰⁴ vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 143 - 146

¹⁰⁵ vgl. <http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm>, Stand 30.06.13

keinen Aufschluss auf einen Zusammenhang zwischen der Spiellänge und den Zuschauerzahlen.

4.2.1.3 Die Besetzung

Der Film „Spartacus“ (1960) zeigt im Vergleich mit anderen Filmen von Stanley Kubrick, wobei erst der Dritte darauffolgende Film vergleichbare Besucherzahlen erzielen kann, dass nicht nur der Regisseur einzig und allein für den Erfolg seiner Filme steht. Betrachten wir die Besetzung von „Spartacus“, so stellen wir fest, dass Kirk Douglas, der bereits schon bei Kubricks „Paths of Glory“ (1957) die Hauptrolle übernommen hat.¹⁰⁶ Wenn wir nun davon ausgehen, dass ein Darsteller in einer bestimmten Position eines Films ebenso wie der Regisseur prozentual zu dem Gewinn eines Filmes beitragen kann, wird klar, warum Kubrick auch „Napoleon“ mit Stars besetzen wollte. Der Bekanntheitsgrad eines Schauspielers wirkt sich in deren Tagesgage aus.

Einen Weltstar, wie Audrey Hepburn, Oskar Werner oder Jack Nicholson für einen Film zu gewinnen würde heute durchschnittlich 100.000 US-Dollar pro Drehtag kosten. „Dafür kann der Produzent mit dem Namen werben und unter Umständen überhaupt erst internationale Verkäufe realisieren, die Investition rechnet sich also relativ schnell. Es sind reine Marktgesetze die hier herrschen – erhöhe ich den Wert meines Filmes so, dass du davon profitierst, musst du mich als Schauspieler entsprechend bezahlen.“¹⁰⁷ Diese Aussage zeigt, dass die Filmbranche durchaus auch den Schauspieler als einen Wert, sowie einen sicheren Wertgewinn ansieht.

Bei der von Stanley Kubrick 1968 angesetzten Anzahl von 150 Drehtagen bedeutet das für den Film allein mit einem Weltstar eine etwa 50 prozentige Steigerung des „below-the-line“ Budgets, das auf 5 Mio. US-Dollar angesetzt ist.¹⁰⁸

¹⁰⁶vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 76 - 78

¹⁰⁷vgl. PATRICK JACOB SHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. 2. Auflage 2012. Seite 123

¹⁰⁸vgl. ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. 2011. Seite 379, 977; und vgl. <http://www.lettersofnote.com/2011/01/i-expect-to-make-best-movie-ever-made.html>, Stand 30.06.13

4.3 Steven Spielberg und Stanley Kubrick

Der Filmmacher, Regisseur und Produzent Steven Spielberg durchkreuzt mit seinem Film „Schindlers Liste“ (1993) Kubricks Vorproduktion zu dem Film „Aryan Papers“, der ebenfalls von der Verfolgung polnischer Juden handelt. Die Produktion wird daraufhin auf Eis gelegt.¹⁰⁹

Während der Vorproduktions und Recherche Arbeit zu Kubricks „A.I. Artificial Intelligence“ erscheint 1993 „Jurassic Park“, ebenfalls ein Spielberg Film, der durch Computergrafiken erstellte Dinosaurier enthält. Jedoch ist zu diesem Zeitpunkt die Computergrafik noch nicht ausgereift genug einen menschlichen Jungen photorealistisch digital nachzubilden. Aufgrund der Zweifel, die Kubrick selbst an seiner Arbeit und an dem Projekt hat, kontaktiert er Steven Spielberg und bietet ihm die Regie von „A.I.“ an. Er selbst will die Produktion übernehmen, da seiner Meinung nach das Projekt unter seiner Hand als Regisseur zu steif und zu philosophisch werden würde. Des weiteren befürchtet er, dass der Darsteller, der David spielt durch seine lange Drehzeit merklich altern würde. Spielberg hingegen arbeitet schneller und bringt die, nach Kubrick, nötige Menschlichkeit in die Geschichte mit ein. Dieser lehnt erst das Angebot ab, lässt sich aber dann von Stanley umstimmen.¹¹⁰

Nach dem Tod von Stanley bittet die Familie Spielberg „A.I.“ zu verfilmen, der daraufhin das Drehbuch ändert. Chris Baker, der bereits mit Kubrick an dem Film gearbeitet hat, wird für die ästhetische Zeichnungen der Zukunftswelt engagiert, die den Ausgangspunkt für die Ausstattung des Filmes darstellen. Jan Harlan ist ausführender Produzent und arbeitet mit Warner Bros. und Dreamworks an dem Film, der 2001 seine Premiere unter dem gleichnamigen Titel feiert.¹¹¹

Steven Spielberg, 2013 Präsident der Jury in Cannes, gibt am 3. März in einem Interview mit „Canal +“ bekannt, dass er an Stanley Kubricks „Napoleon“ arbeitet. Die Familie Kubrick habe ihn gebeten das Projekt von Stanley wieder aufzugreifen und zu realisieren. Spielberg gibt an, dass er in Zusammenarbeit mit dem Sender „HBO“ an einer Mini-Serie arbeitet, die das Projekt in mehrere Folgen unterteilt, wobei hier einzig und allein für eine Fernseh-, nicht für eine Kinoauswertung produziert wird. „Im internationalen Sprachgebrauch spricht man von einer *Mini-Serie*, wenn die Zahl der Episoden be-

109 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 64 - 65, 78; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 25 - 26

110 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 62 – 64, 78; und vgl. SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. 2010: Seite 23 – 24.

111 vgl. ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. 2005: Seite 62 – 64, 78.

grenzt ist (z.B. 6 Folgen). Die Begrenzung kann daher kommen, dass es sich um die Adaption eines literarischen Werkes handelt [...] oder weil der Autor eine bestimmte historische Epoche darstellen wollte [...].¹¹² Es wird bereits über eine Mögliche Besetzung spekuliert, da Kubrick zu seiner Zeit Weltstars wie Oskar Werner und Audrey Hepburn, für die Rolle von Napoleon und Josephine zu verpflichten wollte. Es wird von Tom Hanks oder Daniel Day-Lewis gesprochen.¹¹³

112 vgl. SYD FIELD: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film. 7. Auflage 2000: Seite 143 – 144.

113 vgl. <http://www.guardian.co.uk/film/2013/mar/04/steven-spielberg-stanley-kubrick-napoleon>, Stand 28.06.13; vgl. <http://insidetv.ew.com/2013/03/04/kubrick-napoleon-spielberg-miniseries/>, Stand 28.06.13; vgl. <http://www.hollywoodreporter.com/news/steven-spielberg-developing-stanley-kubricks-425771>, Stand 28.06.13

5 Fazit

Anhand des nicht realisierten Filmes „Napoleon“ von Stanley Kubrick und dem dazugehörigen Material lässt sich eine Liste an Kriterien herausarbeiten, die im amerikanischen Filmmarkt über die Realisation, also über die Finanzierung eines Projektes entscheiden. Betrachten wir den Entstehungsprozess eines Filmes, so stellen wir fest, dass das Projekt immer mit einer Idee beginnt, die zu einer Vorbereitungsphase führt, welche wiederum auf eine Finanzierung hinausläuft. Werden entsprechend Investoren gefunden wird das Projekt realisiert und die Drehabwicklung findet statt. Erst die Auswertung auf sämtlichen Plattformen bringt einen Beleg darüber, ob sich das investierte Geld und die aufgewendete Zeit finanziell gelohnt haben, oder ob es sich nicht um einen Publikumserfolg handelt. Hierbei stellt sich die Frage auf welcher Grundlage entschieden wird, ob eine Investition lohnenswert ist, da ja jeder Film an sich ein Unikat darstellt.

Möchte man aber in einen Film investieren, bekommt man einen Finanzierungsplan von dem entsprechenden Produzenten, der folgendes besagt: „Purchase of the stock involves a high degree of risk as it is impossible to forecast accurately the results to an investor from an investment in film, since no one can predict with any certainty whether and to what extent entertainment-related (including motion picture) investments will be successful. Investment in the stock is suitable only for persons of substantial means who have no need for immediate liquidity.“¹¹⁴. Es wird also keine Aussage darüber getroffen ob, oder mit welcher Wahrscheinlichkeit das Projekt finanziell erfolgreich sein wird. Nach welchen objektiven Kriterien lässt sich Publikumserfolg also vorhersagen?

Die unter Punkt 4.2.1.1 aufgeführten Hochrechnungen zeigen, dass nicht allein der Bekanntheitsgrad einer Person, in diesem Beispiel Stanley Kubrick, automatisch für den Erfolg eines Filmes steht. Die Besucherzahlen in dem Film „Spartacus“, Kubricks fünftem Film, sowie die Besucherzahlen der anderen Filme zeigen, dass nicht nur der Regisseur für den finanziellen Erfolg eines Filmes steht, sondern in diesem Fall auch der Hauptdarsteller Kirk Douglas zu einem hohen Anteil an dem Erfolg dieses Filmes beteiligt war.

Es lässt sich also für das Projekt „Napoleon“ weder ein Wert errechnen, der auf eine womögliche Zuschauer Zahl schließt, noch daraus resultierend wie viel dieser Film bei

¹¹⁴ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. Wayne State University Press 2012. Seite 275.

seiner Realisierung womöglich eingespielt hätte. Es zeigt sich also, dass jedes Projekt für sich steht und dass die finanzielle Erfolgswahrscheinlichkeit, sowie die Spiellänge und Besetzung keinerlei Garantie für den finanziellen Erfolg eines Folgeprojektes darstellen.

Der finanzielle Erfolg eines Projektes ist also abhängig von der erbrachten künstlerischen Leistung, was das Beispiel „A Clockwork Orange“ (1971) zeigt, der anhand des zu verfilmenden Stoffes gemessen wird. Der Rechteverkauf zwischen drei Parteien bewirkt bei diesem Film eine Steigerung von mehreren tausend Dollar auf 200.000 US-Dollar für die Verfilmungsrechte. Diese immense Wertsteigerung beweist also, dass die zu verfilmende Geschichte einen wichtigen Ausgangspunkt für den finanziellen Erfolg darstellt.

Die Zahlen aber bieten in den Augen der Produktion und der Verwertung lediglich Aufschluss über den Wert, den die Geschichte, ein Regisseur oder ein Schauspieler zu einem Film beiträgt. Es lassen sich hier also drei Punkte herausarbeiten, die die Grundlage für einen erfolgreichen Film darstellen:

1. **Das Drehbuch:** Das Drehbuch muss der in Punkt 4.1 beschriebenen Dreiakt-Struktur folgen und jeweils am Ende des ersten und zweiten Aktes einen Plot Point aufweisen. Die Geschichte sollte möglichst nicht, wie in Punkt 3.1 beschrieben, eine extrem kontroverse Natur aus religiösen, rassistischen oder aus ideologischen Gesichtspunkten darstellen, sowie auch überwiegend massentaugliche Themen behandeln. Der Film „Barry Lyndon“ und das Projekt „Napoleon“ von Stanley Kubrick, sowie der Film „Waterloo“ von Sergei Bondartschuk zeigen auch, dass das gewählte Genre durchaus von Bedeutung ist. Diese Projekte sind als Historienfilme zu verstehen, wobei „Barry Lyndon“ und „Waterloo“ in den siebziger Jahren erscheinen und keinen finanziellen Erfolg verzeichnen. Es lässt sich daraus ableiten, dass es einen Trend gibt, der ebenso über die Realisation eines Filmes entscheidet.
2. **Die Schauspieler:** Punkt 4.2.1.3 zeigt den direkten Zusammenhang zwischen dem Bekanntheitsgrad und dem daraus resultierenden Marktwert eines Darstellers. Der Bekanntheitsgrad eines Schauspielers ist für den Verleiher und damit auch für den Produzenten entscheidend, da mit einem bekannten Namen geworben werden kann und auch internationale Verkäufe möglich gemacht werden. Ein Gutes Marketing ist wiederum für eine erfolgreiche Auswertung die unter Punkt 3.2.1 beschrieben wird Voraussetzung.

3. **Der oder die Regisseur/in:** Punkt 3.1.1 zeigt, dass die Regie eines Filmes durchaus mit dem finanziellen Erfolg eines Filmes zusammenhängt, da oftmals der Verleiher die Regisseurin oder den Regisseur bestimmt. Die Art der Inszenierung steht auch wiederum im Zusammenhang ob der Film dem Zuschauer gefällt oder nicht. Mit dem Bekanntheitsgrad eines Regisseurs und dessen vorwiegend realisierten Filmen kann ebenfalls geworben werden.

Entscheidend ist hierbei die Gewichtung, die jedem einzelnen Punkte durch den jeweiligen Investor zugesprochen wird. Widerspricht einer dieser Punkte so kommt eine Finanzierung nicht zu Stande, so wie das unter Punkt 2.1.2.4 aufgeführte Beispiel mit dem Film „Lolita“ zeigt, den sich Kirk Douglas aufgrund seines Themas nicht auf den gemeinsamen „Bryna-Vertrag“ anrechnen lassen will.

In erster Linie soll sich eine aufgewendete Investition für den Geldgeber lohnen, was die Entwicklung der Finanzierungsmodelle und die jeweils verbundenen Sicherheiten belegen. Besonders wichtig für einen Investor ist aber die Auswertung, da sich hier zeigt, ob die entsprechende Investition rentabel war. Eine besonders hohe Gewichtung erfährt hier die durch den Verleiher errechnete Minimumgarantie, die das Einspielergebnis, basierend auf Wahrscheinlichkeiten, aufzeigt. Diese ist also folglich mit dem Begriff Publikumserfolg gleichzusetzen, jedoch kann es auch hier passieren, dass sich die errechneten Zahlen nicht bewahrheiten. Viele der unter 3.1 erwähnten Finanzierungsmodelle setzen diese Minimumgarantie für eine Tötigung einer Investition voraus.

Die Errechnung der Minimumgarantie basiert ähnlich wie in Punkt 4.2.1.1 auf errechneten Wahrscheinlichkeiten, jedoch wird der zu verfilmende Stoff mit anderen Filmen verglichen um somit einen genaueren Wert zu erhalten. Das Finanzierungssystem der amerikanischen Filmwirtschaft zeigt also, dass vorweg Sicherheiten gegenüber den Investoren geschaffen werden.¹¹⁵

Abschließend lässt sich also feststellen, dass finanzieller Erfolg von künstlerischen Qualitäten abhängt, die sich in drei Hauptpunkte Unterteilen lassen. Werden diese Punkte und die damit verbundenen Kriterien erfüllt, bedeutet das aber noch nicht gleichzeitig, dass der Film ein Publikumserfolg wird. Bei dem Prozess der Filmherstellung vereinen sich verschiedene Komponenten und bereits ein kleiner Teil kann zum Scheitern einer Produktion führen, wie Stanley Kubricks „Napoleon“ belegt. Es lässt sich also keine allgemeine Formel aufstellen mit der sich der Erfolg eines Filmes errechnen lässt.

¹¹⁵ vgl. METTE HJORT: Film and Risk. 2012. Seite 201 – 203.

Das Leben und Wirken von Stanley Kubrick als Filmmacher dient als Leitfaden der Abhandlung, da seine Projekte, die überwiegend sowohl in künstlerischer, als auch in finanzieller Hinsicht einen Erfolg verzeichnen können, sich oftmals diesen drei Hauptpunkten entgegengesetzt haben. Er erbringt also den Beweis, dass Erfolg an sich auch außerhalb von festgesetzten Richtlinien stattfinden kann, was ihn wiederum als Filmmacher auszeichnet.

Quellenverzeichnis

Literaturverzeichnis

ALISON CASTEL: Das Stanley Kubrick Archiv. Taschen Verlag 2005. ISBN: 978-3-8365-0887-2

ALISON CASTEL: Stanley Kubrick's Napoleon: The Greatest Movie Never Made. Taschen Verlag 2011. ISBN: 978-3-8365-2335-6

ANDREAS JACKE: Stanley Kubrick – Eine Deutung der Konzepte seiner Filme. Psychosozial- Verlag 2009. ISBN: 978-3-89806-856-7

BASTIAN CLEVÉ: Von der Idee zum Film. UVK Verlag 4. Auflage 2004. ISBN: 3-89669-444-8

BJORN VON RIMSCHA: Risikomanagement in der Entwicklung und Produktion von Spielfilmen. VS Verlag 2010. ISBN-13: 978-3531169200

JANET WASKO: MOVIES AND MONEY: Financing the American Film Industry. Ablex Publishing Corporation 1982. ISBN: 0-89391-132-1

JEROLD J. ABRAMS: The Philosophy of Stanley Kubrick. The university Press of Kentucky 2009. ISBN: 978-0-8131-9220-8

L'ESTRANGE FAWCETT: Die Welt des Films. Almathea Verlag Zürich-Leipzig-Wien 1928. ASIN: B001GJOSJI

METTE HJORT: Film and Risk. Wayne State University Press 2012. ISBN-13: 978-0-8143-3463-8

MICHAEL WIESE: Film & Video Budgets. Michael Wiese Productions 1984. ISBN: 0-941188-02-7

PATRICK JACOBESHAGEN: Filmbusiness – Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten. PPV Medien GmbH 2. Auflage 2012. ISBN: 978-3-941531-76-5

SUSANNE KAUL, JEAN-PIERRE PALMIER: Stanley Kubrick – Einführung in seine Filme und Filmästhetik. Wilhelm Fink Verlag 2010. ISBN: 978-3-7705-4752-4

SYD FIELD, ANDREAS MEYER, GUNTHER WITTE, GEBHARD HENKE: Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film . List Verlag 7. Auflage 2000. ISBN: 3-471-77540-4

TANJA NADINE ERTEL: Globalisierung der Filmwirtschaft. Peter Lang GmbH 2001. ISBN: 3-631-36100-9

Bild- und Tonträgerverzeichnis

Wege zum Ruhm. © 1957. DVD.

Iolita. © 1961. DVD.

2001 Odyssee im Weltraum. © 1968. DVD.

Barry Lyndon. © 1975/ Renewed © 2003. DVD.

Uhrwerk Orange. © 1971. DVD.

Shining. © 1980. DVD.

Eyes Wide Shut. © 1999. DVD.

Stanley Kubrick: a life in pictures. © 2001. DVD.

Aufsätze und Dokumente

MATTHIAS GRANTLER, Filmgeschichte im Überblick, 2004	Stand
--	-------

http://www.erzbistumkoeln.de/export/sites/erzbistum/medien/zentrale/content/documentcenter/arbeitshilfen/arbeitshilfen/publikationen/filmgeschichte_2_ueberblick.pdf	30.06.13
---	----------

Weblinks

URL	Stand
http://www.deadline.com/2013/04/steven-soderbergh-state-of-cinema-address/	29.05.13

URL	Stand
http://www.guardian.co.uk/film/2013/mar/04/steven-spielberg-stanley-kubricknapoleon	28.06.13
http://insidetv.ew.com/2013/03/04/kubrick-napoleon-spielberg-miniseries/	28.06.13
http://www.hollywoodreporter.com/news/steven-spielberg-developing-stanley-kubricks-425771	28.06.13
http://www.caninenberg-schouten.de/produkte/completion_bond.html	29.06.13
http://www.the-numbers.com/person/80270401-Stanley-Kubrick	30.06.13
http://www.deadline.com/2013/04/steven-soderbergh-state-of-cinema-address/	30.06.13
http://www.spiegel.de/kultur/kino/cannes-2013-steven-soderbergh-ueber-die-zukunft-des-kinos-a-899557.html	30.06.13
http://www.boxofficemojo.com/about/adjuster.htm	30.06.13
http://www.lettersofnote.com/2011/01/i-expect-to-make-best-movie-ever-made.html	30.06.13
http://www.boxofficemojo.com/about/?ref=ft	30.06.13
http://www.watchever.de/	07.07.13
http://nrw.germanfilmfinance.com/www/site/pages/deutsch/ueber-nrw-germanfilmfinance.html?lang=DE	11.07.13

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

München, den 18. Juli 2013

Andreas Weiland